

DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2022.1\(59\).85-89](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2022.1(59).85-89)

УДК 338.48

Ніколаєнко Н.А., Гужва І.О., Жихор О.Б.

ВПЛИВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ТУРИСТИЧНУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ ЗА 2019-2020 РОКИ

Статтю присвячено дослідженню сучасного стану готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Проаналізовано стан туристичної індустрії України за 2019-2020 роки. Досліджено вплив готельно-ресторанного бізнесу на туристичну сферу України за 2019-2020 роки. Розглянуто роль малого бізнесу в економіці країни, проаналізовано показники розвитку малих підприємств у площині загальної структури підприємництва, зокрема їх кількість, обсяги реалізації наданих послуг та чисельність працівників. Досліджено динаміку зміни показників туристичних підприємств протягом 2019–2020 рр. та узагальнено тенденції їх розвитку. Підкреслено важливість готельно-ресторанної складової у структурі малого туристичного бізнесу.

Ключові слова: готель, готельно-ресторанний бізнес, конкуренція, туристична галузь, потенціал, фінансові показники.

Постановка проблеми. Позитивні результати розвитку готельних та ресторанных підприємств у країнах, які перейшли на високий рівень взаємодії економічних систем, показують, що бізнес є одним із засобів усунення диспропорцій на окремих ринках, створення додаткових робочих місць і активізації інноваційних процесів, розвитку конкуренції, швидкого насичення ринку товарами та послугами. В умовах сьогодення розвиток підприємництва в Україні, внесено до списку пріоритетних завдань державної регіональної політики, зокрема розвиток малого підприємництва визначено як один із вагомих аспектів забезпечення економічного зростання територіальних одиниць. Туристична індустрія є комплексним явищем і включає як туристичні підприємства, так і інші підприємства сфери послуг (готельні та ресторанны підприємства та комплекси), що формують окремі складники туристичного

продукту. Враховуючи досить складну структурну вітчизняної туристичної індустрії, актуальним питанням сьогодення, є вивчення окремого впливу готельної, ресторанны та інших її складових частин на формування та розвиток туристичного бізнесу в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вивченням проблем розвитку малого підприємництва в Україні присвячено дослідження таких учених, як О. Амоші, В. Геєця, В. Бондаренко, М. Бутко, З. Варналія, В. Василенко, Б. Данилишина, Т. Дудара, В. Захарченко, В. Збарського, С. Кваші, І. Комарницького, В. Кредісова, М. Маліка, А. Мельника, В. Худолій, Л. Чернюка, М. Чумаченка, А. Чухна та інших.

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є аналіз стану туристичної індустрії в Україні та визначення ролі готельно-ресторанного бізнесу в розвитку галузі шляхом аналізу статистичних даних за 2019-2020 роки та формування відповідних висновків.

Опис основного матеріалу дослідження. У більшості країн немає універсального визначення поняття «малі підприємства», в законах і на практиці використовують спеціальні визначення залежно від конкретних завдань: кредитної політики, податкового поля, стимулювання експорту та різних форм державної підтримки. Згідно з українським законодавством, мікро- та малі підприємства – це організаційно-правовий вид підприємств, який визначається за низкою встановлених критеріїв.

Досліджуючи структуру підприємств за

© **Ніколаєнко Н.А.**, студент 5-го курсу спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, E-mail:lonelytaran@gmail.com

Гужва І.О., студентка 5-го курсу спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна E-mail:irochkaguzhva01022000@gmail.com

Жихор О.Б. д.е.н., професор, академік НАН ВО України, Харківський Національний університет імені В.Н. Каразіна, E-mail:olena.zhykhor@karazin.ua

розміром відповідно до класифікації Господарського кодексу України, у 2019 р. до суб'єктів великого підприємництва належать лише 446 підприємств, середнього підприємництва – 16 476 одиниць, малих підприємств – 1 822 671 одиниць, або 99,1% від загальної кількості. Суб'єкти мікропідприємництва налічують 1 764 737 одиниць, або 96,8% від усіх зареєстрованих малих підприємств та фізичних осіб-підприємців. Відповідно до статистичних даних, у розподілі суб'єктів господарювання за розміром у 2019–2020 рр., питома вага малих підприємств у загальній структурі підприємництва залишається стабільно високою. При цьому у структурі обсягів реалізованої продукції частка суб'єктів малого підприємництва становить 25,0%, або 2496,9 млрд. грн., а частка зайнятих працівників на малих підприємствах – 49,0%, або 4,17 млн. осіб. Значення даних показників суттєво відрізняється за видами економічної діяльності. Так, у загальній структурі малих підприємств України частка туристичних становить лише 0,58%, або 10 502 із 1 822 671 зареєстрованих у 2019 р [3].

Аналізуючи наведені статистичні дані, зауважимо, що внесок малих туристичних

підприємств у розбудову української економіки, навіть на тлі загального помірному розвитку малого бізнесу в Україні, охоплює занадто мізерні масштаби – питома вага обсягів реалізації продукції усіх малих туристичних підприємств у загальній структурі малого підприємництва у 2019 р. становила 0,27%, або 6,6 млн. грн. Варто зазначити, що туристичні підприємства протягом останніх 5 років показували чистий збиток, і лише у 2019-2020 рр. загальний чистий прибуток від діяльності становив 796,7 та 11 033,5 тис. грн. відповідно. Понад 70% середніх та малих туристичних підприємств були прибутковими: сума чистого прибутку малих туристичних підприємств у 2019 р. становила 126,8 млн. грн.

Після різкого падіння всіх результативних показників туристичних підприємств за попередні роки, спостерігається позитивна динаміка зростання кількості підприємств та обсягів реалізації продукції малими туристичними підприємствами, і відповідно зростають фінансові показники галузі у 2019-2020 роках.

Обсяг реалізованої продукції (товарів та послуг) підприємств готельно-ресторанного бізнесу зображено на рис.1.

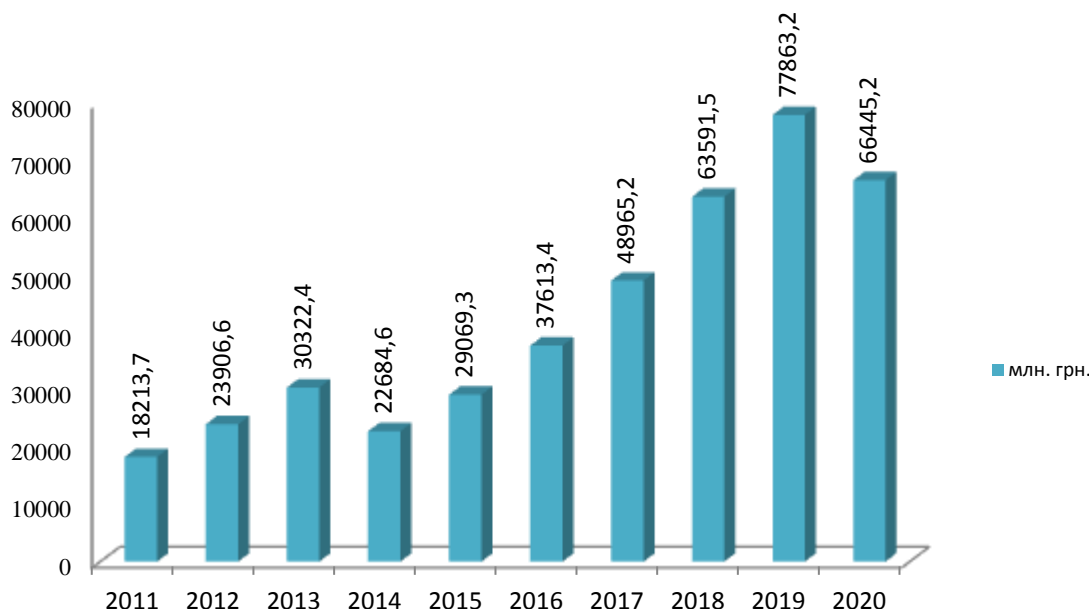


Рис. 1. Обсяг реалізованої продукції (товарів та послуг) підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Джерело: розраховано авторами на підставі [3]

Аналізуючи стовпчикову діаграму, зображену на рис.1, можна зауважити, що у сучасному економічному положенні нашої країни відбувається збільшення ефекту від туристичної діяльності у взаємопов'язаних споріднених галузях економіки, спостерігається різке збільшення доходів різних суб'єктів господарювання, які беруть участь у створенні туристичного продукту, шляхом активного споживання товарів і послуг у багатьох сферах виробничої та обслуговуючої діяльності тощо

Таким чином, важливим є дослідження окремих складників туризму та визначення їхньої мультиплікативної ролі в розвитку туристичного бізнесу.

Готельно-ресторанний бізнес є важливою складовою частиною туристичної індустрії, яка відіграє провідну роль у реалізації туристичного продукту на ринку туристичних

послуг. Стан розвитку готельно-ресторанної сфери має прямий потужний вплив на ріст туристичного потенціалу країни.

Незважаючи на позитивні зміни, які відбулися у 2019 р., кількість готельних підприємств в Україні є недостатньою, порівняно з провідними країнами світу, та існує ціла низка проблем вітчизняного готельного господарства, які потребують негайного вирішення.

Ресторанний бізнес є найбільш динамічною складовою туристичного ринку в Україні. Кількість суб'єктів малого підприємництва сфери ресторанного обслуговування досягла станом на 01.11.2019 р. рекордної кількості працюючих закладів – 57 712, що на 62% більше ніж за попередні 10 років.

Досліджено та приведено динаміку зміни показників туристичних підприємств протягом 2019-2020 рр. у табл.1 і табл.2.

Таблиця 1

Кількість туристичних підприємств (готелі та ресторани) за 2019-2020 рр.

Роки	Усього	Підприємства	ФОП
2018	61761	7535	54226
2019	69689	7885	61804
2020	71748	7697	64051

Джерело: розраховано авторами на підставі [3]

Таблиця 2

Чисельність займаних та найнятих працівників у готельно-ресторанному підприємстві

Роки	Кількість зайнятих працівників	Кількість найнятих працівників
2018	269,8 тис	214,1 тис
2019	281,8 тис	216,5 тис
2020	248,0 тис	182,6 тис

Джерело: розраховано авторами на підставі [3]

Динаміка розвитку українського ресторанного ринку є як перевагою, так і недоліком. Рекордна кількість закладів працювала у 2018 р., зокрема малих підприємств – 53365 од., середніх – 192, великих – 1. Проте різноманітні економічні коливання відразу відображаються на фінансових результатах рестораторів. Лише

політична криза в країні, революція гідності та неоголошена війна останніх років, поглинули близько 5,6 тис. закладів громадського харчування, а чистий збиток малих закладів ресторанного господарства досяг найбільшої відмітки - 1365,6 млн. грн. (2015 р.) [1].

Українській туристичній галузі характерні означені складності, такі як: плинність

персоналу, брак професійних кадрів, технічна невідповідність багатьох приміщень, бюрократичні процедури, тобто необхідність в отриманні величезної кількості узгоджень та дозволів.

Крім потенційних ризиків, рестораторам доводиться враховувати і тенденції економіки, адже макроекономічні чинники потужно впливають на розвиток ресторанного бізнесу в великих містах. Експерти простежують залежність між розвитком закладів елітного або середнього сегменту ринку громадського харчування і розвитком великого або середнього і малого бізнесу.

Наприклад, за 2019 р. у Києві відкрилося 150 ресторанів, водночас понад 30% з них припинило свою діяльність у даному році. Це пов'язано з тим, що ресторанний бізнес став трендовим світовим підприємництвом: відкриваючи ресторани недосвідчені власники втілюють свої мрії та бажання у дизайні інтер'єру, вибору напрямку кухні та корпоративної етики, і це здається багатьом легким процесом. Тому в ресторанний бізнес прийшло багато новачків, які вклали кошти, але не розібралися в усіх тонкощах його ведення. Більшість закладів, які закриваються, – нові, і причина цьому – недостатній досвід та брак професійних знань, вмінь та навичок. Втриматися на ринку новим гравцям можливо за допомогою відкриття закладів за договором франшизи, серед них відсоток збанкрутілих протягом першого року роботи становить менше 30%. Саме тому багато починаючих підприємців частіше обирають для себе відкриття ресторану чи кафе під вже відомою торговою маркою: «Львівські круасани», «Buffet», «Sweater», «Франсуа», «Арома кава», «Фреш лайн» тощо.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Результати досліджень вказують на те, що внесок туристичної індустрії, а саме готельних та ресторанних підприємств зокрема, до валового внутрішнього продукту держави суттєво не збільшився протягом досліджуваного періоду, за 2019-2020 роки. Спостерігається є незначне зростання частки малого туристичного бізнесу в державі, оскільки ще у 1995 р., відповідно у рік прийняття Закону України «Про

Туризм», було проголошено пріоритетність розвитку туризму для української економіки.

За роки політичної та економічної кризи в Україні знову відбулося скорочення обсягів реалізації послуг підприємствами розміщення та харчування. Проте ресторанному господарству все таки вдалося подолати негативні зовнішні чинники та відновити власні позиції в економіці країни, що пов'язано з такими факторами, як:

можливість розвитку ресторанного бізнесу за договором франчайзингу;

популяризація «гурмантуризму» серед різних видів в'їзного туризму;

диверсифікація спеціалізації підприємств ресторанного господарства;

формування популярності, лояльності та прихильності з боку споживачів до певних підприємств ресторанного господарства; розвиток кейтерингу;

переорієнтація ресторанного бізнесу у бік середньостатистичного споживача;

впровадження ефективних маркетингових інструментів.

Основні тенденції, які забезпечили розвиток малого готельного бізнесу, були наслідком зростання туристичної активності та збільшення кількості підприємств готельного господарства в Україні, інноваційне спрямування процесів розвитку сфери готельного бізнесу, посилення конкуренції.

Підводячи підсумки, зазначимо, що очікується більш жорсткий контроль за роботою підприємств як готельного, так і ресторанного господарства з боку державних інституцій (санітарного нагляду, пожежної та податкової служб тощо), а тому виникає необхідність прискорення процесу прийняття управлінських рішень в умовах нестабільності зовнішнього середовища. У подальших дослідженнях актуальним залишається розроблення заходів щодо подолання негативних тенденцій у функціонуванні туризму та готельно-ресторанного бізнесу, визначення комплексних і довгострокових планів щодо їхнього сталого розвитку за умов активної рекреаційної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барна М. Ю. Розвиток ресторанного господарства в Україні: організаційні, інноваційні і маркетингові чинники підвищення конкурентоспроможності підприємств / М. Ю. Барна, Л. К. Гліненко, Ю. А. Дайновський. // Електронний архів Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2018. – С. 578–594.
2. Гірняк Л. І. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні / Л. І. Гірняк, В. А. Глагола., 2018. – 71 с. – (Електронне наукове фахове видання «Інфраструктура ринку»).

3. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
4. Земліна Ю. Тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. / Ю. Земліна, О. Ліфіренко., 2019. – 121 с. – (1; т. 2).
5. Луцька В. Розквіт чи вже занепад: що відбувається з київським ресторанним ринком? [Електронний ресурс] / В. Луцька. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/09/17/rozkvit-chy-vzhe-zanepad-shho-vidbuvayetsya-zkyuyivskym-restorannym-rynkom-vidpovidayut-eksperty..>
6. На чому заробляють ресторатори – дослідження компанії Poster. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://nachasi.com/2018/06/20/doslidzhennya-poster/>

REFERENCES

1. Barna, M. Y., Glinenko, L. K., Dainovsky, Y. A. (2018) Rozvytok restorannoho hospodarstva v Ukraini: orhanizatsiyni, innovatsiyni ta marketynhovi chynnyky pidvyshennya konkurentospromozhnosti pidpryemstv [Development of restaurant economy in Ukraine: organizational, innovative and marketing factors of increasing the competitiveness of enterprises]. Poltava: *Electronny arhiv Poltavs'koho Universytetu ekonomiky i torhivli*, 1, 578-594 [in Ukrainian].
2. Hirnyak, L. I., Glagola, V. A. (2018) *Suchasniy stan, perspektyvy ta tendentsiy rozvytku restorannoho biznesy v Ukraini [Current condition, prospects and development trends of the restaurant economy in Ukraine]* DC:"Infrastruktura rynku"
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [National Statistics Service of Ukraine]. ukrstat.gov.ua Retrieved from <http://ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian]
4. Zemlyna, Y., Liforenko, O. (2019) *Tendentsii rozvytku hotelnoho biznesu v Ukraini. Restoranni I hotelnyi consalting. Innovatsii [Trends in the development of hotel business in Ukraine. Restaurant and hotel consulting. Innovation]* Vinnytsya [in Ukrainian]
5. Lutska, V. (2019) Rozkvit chi zanepad: sh'o vidbuvayetsya z kyivskym restorannym rynkom? [Heyday or already decline: what happens on the Kiev restaurant market?] Retrieved from <https://hmarochos.kiev.ua/2019/09/17/rozkvit-chy-vzhe-zanepad-shho-vidbuvayetsya-zkyuyivskym-restorannym-rynkom-vidpovidayut-eksperty> [in Ukrainian]
6. На чому заробляють ресторатори - дослідження компанії Poster [How are the restaurateurs earn – research by Poster company] nachasi.com Retrieved from <https://nachasi.com/2018/06/20/doslidzhennya-poster/> [in Ukrainian]

Отримано 01.12.21