

Кулик Андрій. Фактори впливу на розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економічний дискурс*. 2019. Випуск 4. С. 58-67.

DOI: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2019-4-6>

УДК 658.64; 657

JEL Classification M29; M40

**Кулик Андрій**

канд. екон. наук, викладач

Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола

м. Тернопіль, Україна

E-mail: [Kulyk@gi.edu.ua](mailto:Kulyk@gi.edu.ua)

## ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

### **Анотація**

**Вступ.** Оскільки туризм в Україні в останні роки перетворюється в динамічну й прибуткову галузь економічної діяльності, то обґрунтування й пошук шляхів підвищення якості послуг в ній набуває особливої актуальності. Посилює інтерес і актуалізує дослідження чинників впливу на якість туристичних послуг в Україні, її вихід на міжнародні ринки туристичних послуг. Значною мірою реалізація завдання обґрунтування шляхів підвищення якості туристичних послуг загалом залежить від діяльності відповідних інституцій готельно-ресторанного бізнесу та їх функціональної взаємодії.

**Методи.** Для встановлення та ідентифікації чинників впливу на якість послуг в сфері готельно-ресторанного бізнесу при проведенні дослідження використано емпіричні методи та анкетні опитування. В дослідженні використано метод абстрагування та узагальнення, що уможливило формулювання висновків щодо перспектив і шляхів підвищення якості послуг в українському готельно-ресторанному бізнесі.

**Результати.** Проведене дослідження чинників впливу на якість послуг в готельно-ресторанному бізнесі дозволило провести їх класифікацію, ідентифікувати рівень впливовості, запропонувати шляхи та заходи щодо згладжування негативних і підвищення позитивних тенденцій в цій сфері. Логічним результатом наукового пошуку стало вироблення позиції щодо можливих шляхів подолання негативного впливу чинників на послуги в готельно-ресторанному бізнесі, в тому числі, через поетапне запровадження заходів по кожному з виокремлених факторів.

**Перспективи.** Внесені пропозиції дозволять досягти підвищення якості послуг у готельно-ресторанному бізнесі в Україні. В перспективі можливі більш глибокі дослідження шляхів розвитку складу послуг готельно-ресторанного бізнесу, методів оцінки та контролю їх якості, використання позитивного зарубіжного досвіду з цих питань, а також пошук шляхів активізації використання комп'ютерно-комунікаційних технологій в сфері туристичної діяльності.

**Ключові слова:** якість, послуга, туризм, готельно-ресторанний бізнес, суб'єкти туризму, організація, удосконалення.

### **Вступ.**

Якість послуг в готельно-ресторанному бізнесі в сучасних умовах визначається двома основними чинниками – рівнем фаховості кадрів і довірою до них, а також матеріально-технічною базою. Якщо перша складова цілком залежить від людського фактора (освітня підготовка, особисті якості тощо), то друга – визначається фінансовим забезпеченням та ефективністю використання придбаних для здійснення діяльності засобів. Оскільки туризм в Україні в останні роки перетворюється в динамічну й прибуткову галузь економічної діяльності, то обґрунтування й пошук шляхів підвищення якості послуг в ній набуває особливої актуальності. Кожна більш чи менш впливова складова може відіграти виняткову роль в зростанні (чи, навпаки, зниженні)

конкурентоздатності суб'єктів туризму та рівні інвестиційної привабливості українського туристичного бізнесу. Посилює інтерес і актуалізує дослідження чинників впливу на якість туристичних послуг в Україні та її вихід на міжнародні ринки туристичних послуг. Значною мірою реалізація завдання обґрунтування шляхів підвищення якості туристичних послуг загалом залежить від діяльності відповідних інституцій готельно-ресторанного бізнесу та їх функціональної взаємодії.

#### **Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Проблематика здійснення діяльності в сфері готельно-ресторанного бізнесу широко представлена в наукових дослідженнях українських вчених. Багато праць присвячено питанням і проблемам економіки, управління готельно-ресторанним бізнесом тощо. В останні роки особливо актуальними стали дослідження, пов'язані з забезпеченням якості послуг в сфері туризму, загалом, і готельно-ресторанному бізнесі, як найбільш представницькій його підгалузі, зокрема.

Так, зокрема, Ковальчук Т.Г. зазначає, що «готельно-ресторанний бізнес досить популярний та затребуваний, а тому вимагає поліпшення якості обслуговування і різноманітності для залучення більшої кількості клієнтів» [4, с. 126]. Одночасно, науковець справедливо зауважує, що інноваційність, як свідчить міжнародний досвід, обирають саме успішні заклади цієї сфери, однак в Україні вона надто низька. Аналізуючи причини такого становища, автор приходять до висновку, що це пов'язано щонайменше з двома основними причинами – високою вартістю інновацій та неадаптивністю, або низькою адаптивністю суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу до їх розвитку й запровадження.

Сідина Л. П. стверджує, що «сьогодні тема дослідження розвитку готельно-ресторанної справи в нашій країні є дуже актуальною, адже Україна, яка розташована в центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, і яка має для поступального розвитку своєї туристичної сфери сприятливі природно-кліматичні умови, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси, значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку туристичних послуг» [5, с. 59].

Варто повною мірою підтримати таку позицію, адже туризм в сучасних умовах є однією з галузевих українських переваг, яка здатна вирішити низку не лише економічних, а й політичних проблем нашої держави. Завдяки його розвитку можна поширювати автентичність та позитивний імідж України, інтерес до якої, як свідчать мас-медіа, децю втратився через низку об'єктивних причин. Цієї ж позиції дотримується колектив авторів, на чолі з Чепурдюю Г.М., які, ідентифікуючи проблеми розвитку туристичного й готельно-ресторанного бізнесу, одночасно вказують на суттєве значення цієї галузі людської діяльності для національної економіки та наявність хороших перспектив її розвитку [6].

Слід зазначити, що чітка та єдина позиція різних авторів щодо важливого значення розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу в Україні визначила цей напрям як актуальний дослідницький вектор. Аналіз літературних джерел і наукових публікацій засвідчує численні дослідницькі результати, що містять дійсно вагомні рекомендації, спрямовані на поліпшення ситуації в цій галузі. Визнання й усвідомлення цього сприяє вирішенню багатьох проблем в сфері готельно-ресторанного бізнесу. Однак, попри це, статистика туристичних відвідувань засвідчує, що не усі проблемні аспекти вдається вирішити.

#### **Мета.**

Метою написання статті є оцінка існуючих тенденцій в туризмі й ідентифікація на цій основі чинників впливу на нього та розробка пропозицій щодо їх класифікації, оцінки для вироблення узагальнюючих рекомендаційних положень, спрямованих на вирішення проблеми підвищення ефективності готельно-ресторанного бізнесу, поліпшення якості послуг, які він продукує.

### Методологія дослідження.

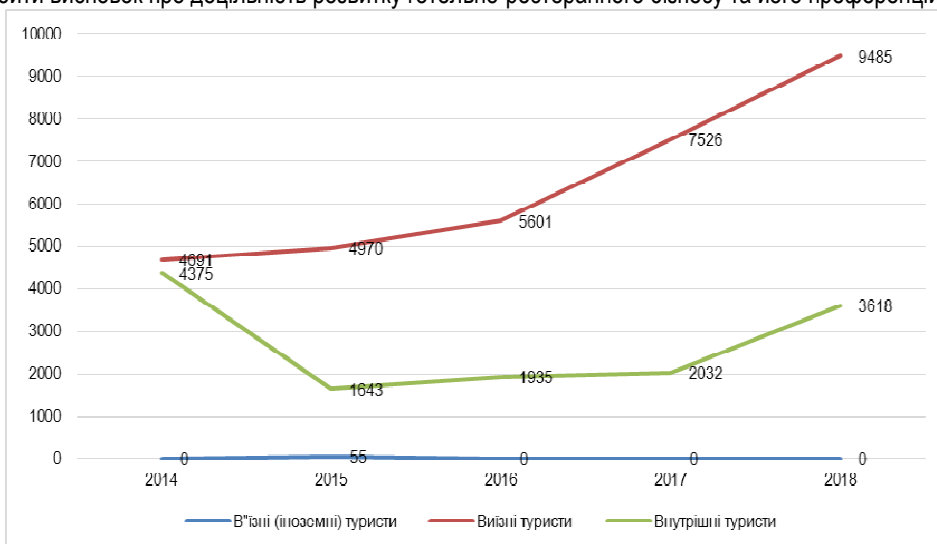
В процесі проведення дослідження для встановлення та ідентифікації чинників впливу на якість послуг в сфері готельно-ресторанного бізнесу використано емпіричні методи та анкетні опитування. Їхнє використання забезпечило виявлення проблем, що мають негативний вплив на якість послуг в готельно-ресторанному бізнесі, проведення їх класифікації залежно від рівня суттєвості такого впливу й формування рекомендацій щодо можливих шляхів і етапів подолання існуючих недоліків. В дослідженні використано метод абстрагування та узагальнення, що уможливило формулювання висновків щодо перспектив і шляхів підвищення якості послуг в українському готельно-ресторанному бізнесі.

### Результати.

Характерними рисами сучасної української економіки є невизначеність і нестабільність. Яскравим прикладом ілюстрації цього є показник обсягу ВВП України. За останні 27 років його динаміка має стійкий тренд падіння. У відсотковому значенні до базового 1990 року на кінець 2018-го року обсяг ВВП складав лише 62,7%. За цей час економіка нашого найближчого сусіда Польщі, наприклад, зросла на 265%. Негативна динаміка ВВП засвідчує наявність економічної напруги, адже такі від'ємні рецесії завдають економіці значних втрат. Вони стосуються послаблення економічної структури і наявності неефективного використання факторів виробництва.

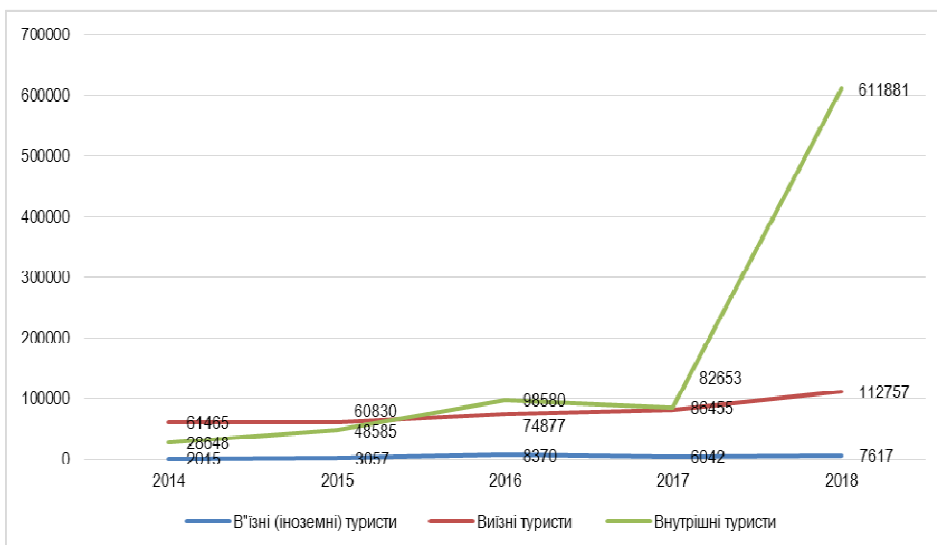
Подолання цих негативних явищ ставить нові вимоги до управлінських структур, а саме: підвищення уваги до розроблення й обґрунтування ефективних стратегій діяльності суб'єктів господарювання та інноваційного їх спрямування. Одночасно актуалізується потреба у формуванні обліково-аналітичної системи, здатної виступити інформаційною основою розробки таких стратегій, а також задовольнити прагнення зберегти стійкість, зміцнити конкурентоспроможність підприємств.

Для готельно-ресторанного бізнесу в цьому контексті важливо чітко окреслити стратегічні цілі, визначити базові вихідні умови та можливості їх досягнення. При цьому суттєве значення має конкретне місце відвідування. До прикладу, якщо проаналізувати статистику кількості туристів, що обслуговуються туроператорами та турагентами у містах Тернопіль та Львів (рис. 1 та 2), то можна зробити висновок про доцільність розвитку готельно-ресторанного бізнесу та його преференцій.



**Рис. 1. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму, осіб (м. Тернопіль)\***

\*Джерело: [2].



**Рис. 2. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму, осіб (м. Львів)\***

\*Джерело: [3].

Попри різницю в показниках кількості туристів, наведені графіки вказують на спільні тенденційні зміни. Зокрема, в обох містах в різних пропорціях, але простежується тенденція зростання кількості візних, а також внутрішніх туристів. На відміну від м. Львів, м. Тернопіль є менш привабливим для візних іноземних туристів. Логічним висновком з такої статистики є потреба формування прийнятних і комфортних умов прийому внутрішніх туристів, адже їх кількість в обох містах динамічно зростає.

Доповнюючими даними для формування позиції щодо можливих перспектив розвитку готельно-ресторанного бізнесу є результати опитувань, що здійснювалися впродовж 9-ти останніх років управлінням туризму Львівської міської ради. Їхні результати також дають змогу обґрунтувати перспективні напрями розвитку послуг туризму. Окрім того, що опитування дозволило ідентифікувати географію відвідувачів міста (українці – 43%, поляки – 16,6%, білоруси – 7,1%, турки – 5,8%, німці – 4%, американці – 3%, канадійці – 1% від усіх опитаних – 2200 осіб), також було встановлено, що з метою відпочинку до Львова приїжджають 72,8% туристів, для участі в різних конференціях – 10,6%, для інших цілей (в т.ч. бізнесових) – 16,6%. Це дані за 2018 рік [9].

Аналогічні дані за перше півріччя 2019 р. наступні: українці – 29,6%, поляки – 25,2%, білоруси – 7,7%, турки – 7%, німці – 6,3%, британці – 5,6%, литовці – 4,7%, американці – 2%. Здебільшого туристи у Львові обирали посиденьки в кафе (83%), самостійні прогулянки містом (76%), відвідування закладів культури (65%), шопінг (58%), екскурсії у супроводі гідів (27%) тощо. Найчастіше мандрівники селилися у готелях (32,6%), апартаментах (30,6%) та хостелах (26,5%) [8].

Щодо Тернополя, то його статистика не така красномовна, однак у 2018 р. місто увійшло в ТОП 10 туристичних лідерів України [7]. Здебільшого туристи приїжджають у місто, щоб відвідати замки і підземелля Тернопільщини.

Важливий висновок, який можна зробити з такого дослідження статистики туризму в обох містах, – це доцільність розвивати саме готельно-ресторанний бізнес. Причиною цього є гастрономічні інтереси туристів, що відвідують м. Львів і їхні подорожі як відпочинкові. Щодо Тернополя, то запити його туристів також багато в чому пов'язані із смачною кухнею, недорогим готельним розташуванням і цікавими місцями відвідувань. На відміну від Львова, Тернопіль не

настільки багатий історичними пам'ятками, але натомість його перевагою в останні роки стали підземелля.

Незважаючи на деякі відмінності, в обох містах перспективним є розвиток готельно-ресторанного бізнесу. Проте існує система факторів, які позитивно або негативно впливають на розвиток бізнесу в регіонах. Тому, необхідно визначити негативні фактори впливу на діяльність готельно-ресторанного бізнесу, щоб зменшити або усунути їх вплив.

В узагальненому вигляді на розвиток готельно-ресторанного бізнесу мають вплив зовнішні та кадрово-матеріальні фактори. Найбільш непередбачуваними є зовнішні фактори, оскільки ними практично неможливо управляти й впливати на них, особливо з точки зору менеджменту конкретного суб'єкта туризму. Зовнішні фактори можна поділити на фактори непрямой та прямої дії.

До факторів непрямой дії слід віднести вплив зовнішнього оточення, яке опосередковано впливає на розвиток діяльності підприємств. Досліджуване середовище не є специфічним для кожного окремого підприємства сфери послуг, воно носить загальний характер, відчуває на собі вплив, але не є керованим. В процесі дослідження ринку готельно-ресторанного бізнесу вважаємо за доцільне виділити наступні фактори впливу, а саме:

1) інформаційно-комунікативне середовище, тобто рівень розвитку інформаційних технологій та інформаційної інфраструктури в суспільстві, її доступність широким верствам населення;

2) природно-екологічний, тобто розміщення готельно-ресторанних комплексів щодо історичних пам'яток культури, природних заповідників, природних лікувальних ресурсів тощо;

3) економічний, який, в основному, залежить від прийнятих державою законів та проєктів, що будуть сприяти розвитку готельно-ресторанного бізнесу й створенню привабливого інвестиційного середовища;

4) соціально-культурний, що впливає на життєві цінності, смаки, традиції та норми суспільства й дозволяє визначити пріоритетні напрямки розвитку готельно-ресторанного бізнесу в кожному регіоні;

5) міжнародний фактор, котрий вимагає формування певних параметричних якісних критеріїв обслуговування і є необхідною умовою задоволення потреб іноземних громадян з метою розширення роботи підприємств готельної мережі на міжнародному ринку (щодо цього нижче наведемо деякі статистичні дані для пояснення);

6) демографічно-етичний фактор (передбачає дослідження можливостей, ментальності, соціальної свідомості, культури, традицій населення та якість надання готельно-ресторанних послуг), вивчення якого дозволить, по-перше, обґрунтувати й обрати ефективний варіант для розвитку бізнесу, і, по-друге, визначити оптимальний варіант для відпочинку населення відповідно до його запитів і можливостей.

Щодо 5 чинника варто зауважити, що в останні роки, на жаль, спостерігаємо тенденцію зниження інтересу іноземних туристів до України. Підтвердженням цього є економічні показники відвідуваності нашої держави іноземцями (табл. 1).

**Таблиця 1. Відвідування України іноземними туристами за 2016-2019 рр.\***

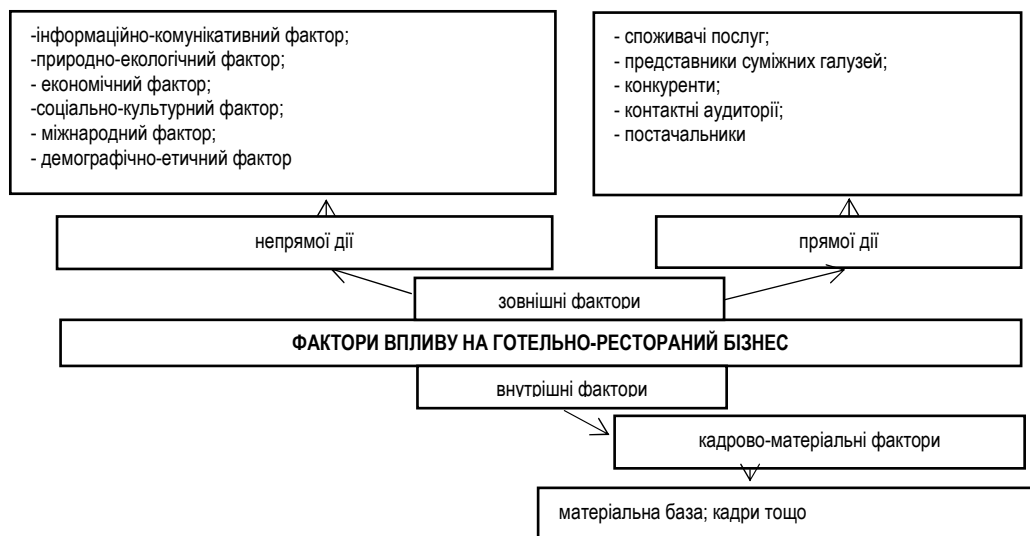
Квартали	Роки				Приріст, %		
	2016	2017	2018	2019	17/16	18/17	19/18
Кількість іноземних громадян, що приїжджають в Україну (тис. осіб)							
I квартал	2427,3	2631,5	2547,7	2357,8	8,4	-3,2	-7,5
II квартал	3392,7	3697,1	3673,4	3513,8	9,0	-0,6	-4,3
III квартал	4559,5	4769,5	4935,7	-	4,6	3,5	-
IV квартал	3226,3	3323,1	3050,1	-	3,0	-8,2	-
Усього	13606,0	14421,2	14207,0	-	6,0	-1,5	-

\*Джерело: [1].

Зокрема, в першому півріччі 2019 року прослідковуємо незначне зменшення кількості туристів, порівняно з 2018 роком (-5,6%). Основними причинами цього, швидше за все, слід вважати зменшення туристичного потоку з прикордонних країн через появу, в тому числі, більш вигідних пропозицій з інших країн. І, безумовно, негативно позначається в даному випадку рівень якості послуг, які надаються в Україні. При цьому, в Закарпатті та Прикарпатті продовжує бути актуальним відпочинок з метою оздоровлення, на що вказує заповнюваність санаторно-курортних закладів. Здебільшого такі послуги замовляють особи пенсійного віку. Цей чинник варто враховувати в готельно-ресторанному бізнесі і розташуванні його об'єктів, адже більшості іноземних споживачів вищезазначених послуг вважають якісний рівень розташування недостатньо високим.

Факторами прямої дії вважаємо ті, які безпосередньо впливають на діяльність готельно-ресторанного бізнесу та знаходяться у безпосередній взаємодії з його суб'єктами. Важливими факторами впливу є фірми-конкуренти, що постійно розвиваються і завойовують в процесі діяльності більші частини ринку. Розвиток підприємства залежить від його можливості адаптуватись до нових умов ринку та здатності правильно оцінити ситуацію і свої можливості у конкурентному середовищі. Іншим важливим фактором прямого впливу на діяльність готельно-ресторанного бізнесу є самі споживачі послуг. Дана категорія орієнтується на спектр послуг, якість їх надання та ціну.

В цьому контексті схематично фактори впливу можна представити у вигляді рис. 3.



**Рис. 3. Фактори впливу на розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні\***

\*Джерело: розроблено автором самостійно.

Внутрішні фактори, які впливають на діяльність готельно-ресторанного бізнесу в Україні об'єднаємо в групу під назвою кадрово-матеріальні фактори. Вони являють собою систему факторів об'єктивного характеру, які комплексно впливають на кінцевий вибір споживачів.

Аналізуючи матеріально-технічну базу готельно-ресторанного бізнесу спостерігаємо велику кількість закладів, які працюють за застарілими технологіями, в деяких випадках, і на застарілому обладнанні. З позиції зменшення витрат на надання послуг та, відповідно, зменшення їх ціни часто використовується непопулярне рішення щодо рівня якості вихідної сировини. Така практика, наприклад, в сфері ресторанного бізнесу, в кінцевому випадку призводить до зворотної реакції. Клієнти, через низьку якість пропонованої їжі, обирають більш дорогі, але з якісною продукцією

заклади.

Оскільки основна маса досліджуваних підприємств працює на фундаменті перепроданих закладів за старими нормами, то врахування цієї тенденції є обов'язковим. Насамперед, необхідно удосконалювати матеріальну базу, працювати над питанням використання екологічно чистої продукції (інтерес до якої в останні роки колосальний) і це сприятиме зростанню кількості іноземних туристів. Україна є надзвичайно приваблива своєю природою та історичними пам'ятками, однак вона також багата на можливості вирощування екологічних продуктів і це здавна відомий факт, який формує позитивний її імідж в цьому плані.

Підприємства готельно-ресторанного бізнесу є дуже наближені до споживачів, тому другою умовою ефективного функціонування є удосконалення соціально-економічного становища працівників підприємства. Керівництво повинно дбати про сприятливий клімат у середовищі обслуговуючого персоналу, мотивувати їхню діяльність грошовою винагородою та направляти їх на навчання для удосконалення знань та навичок. На сьогоднішній день у готельно-ресторанному бізнесі ще недостатньо високі вимоги (за невеликим винятком) до рівня підготовки персоналу.

Є низка недоліків і прогалин в цьому плані, серед яких і незнання іноземних мов, що створює перепони у спілкуванні й негативно позначається на якості обслуговування. Тому, однією з умов підвищення якості послуг в цій сфері є належна освіта персоналу, володіння ним компетентностями, необхідними для так званого «зіркового» обслуговування. Саме завдяки високому професіоналізму персоналу можна збільшити відвідуваність України туристами різних національностей, релігійних вподобань.

З проведених досліджень можемо стверджувати, що усі кадрово-матеріальні фактори впливу на готельно-ресторанний бізнес в Україні перебувають в безперервній залежності від зовнішнього середовища та мають з ним зворотній зв'язок. На ефективність функціонування готельно-ресторанного бізнесу впливають усі перелічені групи факторів, маючи при цьому як позитивний, так і негативний вплив.

Аналізуючи запропоновану систему впливу факторів на готельно-ресторанний бізнес, важко визначити, що є найважливішим з позиції практичної діяльності досліджуваних підприємств. Для ідентифікації вагомості тих чи інших чинників, нами було проведене анкетне опитування менеджерів підприємств ресторанно-готельного комплексу в кількості 200 осіб у Тернопільській та Львівських областях й зроблено відбір восьми найвпливовіших факторів за двома групами: зовнішні та внутрішні (а саме кадрово-матеріальні).

Міру впливу кожного фактору на розвиток досліджуваних підприємств ми встановили від 1 до 10 (тобто 1 – найменше впливають, а 10 – найбільше впливають). За результатами анкетування в таблиці 2 встановлено середній бал по кожному чиннику, і на цій основі можемо обґрунтовувати доцільність взяття до уваги факторів, на які необхідно звернути, в першу чергу, для стратегічного розвитку підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу.

За результатами опитування 200 осіб менеджерів підприємств сфери послуг отримано такі результати: (табл. 2).

**Таблиця 2. Результати опитування менеджерів (200 осіб опитаних)\***

№	Фактори	Бали
<b>ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ</b>		
1	Рівень інфляції та безробіття в Україні	4
2	Ціни на послуги встановлені підприємствами-конкурентами	6
3	Система оподаткування підприємств готельно-ресторанного бізнесу	5
4	Розташування готельно-ресторанного комплексу близько до пам'яток культури або природних заповідників	9
5	Державна політика відносно розвитку суспільства і рівня життя населення	4
6	Кількість підприємств-конкурентів в регіоні	7
7	Споживачі послуг (фізичні та юридичні особи)	8
8	Державні програми підтримки розвитку бізнесу	6
<b>Всього</b>		<b>49</b>

Продовження табл. 2

КАДРОВО-МАТЕРІАЛЬНІ ФАКТОРИ		
1	Рівень ціна на товари, послуги та розважальні програми закладів	5
2	Наявність сучасних меблів та ремонтів у закладах готельно-ресторанних комплексів	8
3	Наявність у готельно-ресторанному комплексі інформаційних послуг (інтернет, телевізор)	9
4	Норми обслуговування клієнтів у відповідності до встановлених стандартів	7
5	Мотивування працівників до виконання покладених на них обов'язків	7
6	Національність та релігійні переконання клієнтів	4
7	Ступінь інформативності споживачів про продукти і послуги	5
8	Рівень освіти та кваліфікаційної підготовки працівників підприємства	9
Всього		54

\*Джерело: Тернопільська та Львівська область, Україна

Аналізуючи результати проведеного дослідження, ми бачимо, що найбільший вплив на розвиток діяльності готельно-ресторанного бізнесу мають кадрово-матеріальні фактори (54 бали). Респонденти виділяють, що найбільший вплив в даній категорії припадає на наявність у готельно-ресторанному комплексі сучасних меблів (8 балів), інформаційних послуг (9 балів) і рівень освіти та кваліфікаційної підготовки адміністрації й персоналу (9 балів).

В конкурентному середовищі розвитку сучасні підприємства готельно-ресторанного комплексу розраховують на власні кошти, і підтвердженням цього стало анкетне опитування серед менеджерів даного напрямку діяльності (6 балів), тому із розширення своєї діяльності вони не розраховують на державні програми розвитку бізнесу. В результаті проведеного опитування спостерігаємо, що найбільший вплив має такий фактор як кількість споживачів готельно-ресторанного комплексу (8 балів). Іншим важливим фактором впливу на готельно-ресторанний комплекс є його розташування біля пам'яток культури або природних заповідників (9 балів). Також, при розвитку готельно-ресторанного бізнесу важливу роль відіграє кількість підприємств-конкурентів, які знаходяться в даному регіоні (7 балів).

Отже, за результатами анкетного опитування можемо стверджувати, що на розвиток готельно-ресторанного комплексу впливають зовнішні фактори (49 балів) та кадрово-матеріальні фактори (54 бали). Дослідження показали майже однаковий рівень впливу факторів, проте пріоритетними в розвитку є кадрово-матеріальні фактори, тому менеджерам підприємств при розробці стратегічного плану розвитку необхідно звертати на них увагу, в першу чергу, і розробляти заходи з їх удосконалення. Підприємства готельно-ресторанного бізнесу повинні активно використовувати науково-технічні досягнення та здійснювати інноваційну діяльність за її основними напрямками.

### Висновки і перспективи.

Проведене дослідження, завдяки чіткому формулюванню його мети й обранню напрямку, забезпечило ідентифікацію ключових положень, що визначають чинники впливу й перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу і послуг, які при цьому надаються. Досягнення такого результату забезпечується комплексністю, логічною послідовністю, теоретичною обґрунтованістю й практичною орієнтацією наукового пошуку.

Ідентифіковані фактори впливу та їх вагомість, що встановлені за результатами анкетного опитування дають змогу визначити пріоритетні складові, на які слід звернути увагу при розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Причому можна усувати негативний вплив кожного з факторів послідовно – від найбільш вагомих до менш вагомих.

Запропонований підхід охоплює, як свідчать результати досліджень, ресурсне забезпечення готельно-ресторанного бізнесу (матеріально-технічну та кадрову бази). Однак, в перспективі важливим є включення обліково-аналітичної складової, яка завдяки використанню методів аналізу, планування, калькулювання, побудови альтернатив уможливить ідентифікацію наявних внутрішніх резервів підвищення ефективності використання цієї ресурсної бази та поліпшення якості послуг в



туризмі, загалом, і готельно-ресторанному бізнесі, зокрема. В перспективі актуальним є уточнення порядку інтегрованого використання збалансованої системи показників і стратегічного бюджетування в цій сфері. Таким чином, можна забезпечити глибинність подальшого дослідження з точки зору застосування аналітичних методів, в тому числі стратегічного спрямування, та комплексно вирішити проблему з розробки й обґрунтування концептуальних теоретико-методологічних, організаційних і практичних положень розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Важливим і перспективним напрямом досліджень за цим напрямом є також пошук шляхів активізації використання комп'ютерно-комунікаційних систем в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі. Наявність проблем і недопрацювань в цій сфері негативно позначається не лише на фінансових результатах діяльності, а й суттєво знижує рівень зацікавленості потенційних користувачів таких послуг, оскільки в сучасних умовах важливою умовою планування подорожі є формування логічно зістикованих її етапів. Відсутність можливості, наприклад, бронювання місця в готелі чи хостелі для відвідування конкретного унікального місця (а Україна багата такими місцями) автоматично призводить до зниження зацікавленості туриста його відвідати. В кінцевому результаті це позначається на інвестиційній привабливості туризму загалом і має мультиплікативні негативні наслідки. Тому розвиток досліджень щодо можливостей підвищення якості послуг в сфері готельно-ресторанного бізнесу є надзвичайно актуальним.

#### Список використаних джерел

1. Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон I півріччя 2016-2019 років. Офіційні дані Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <http://me.gov.ua/Documents/Download?id=13fa3ae9-19e7-42a7-8feb-ebdab617d977>. (дата звернення: 19.09.2019).
2. Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами за видами туризму в м. Тернопіль (2000-2018). URL: <http://www.te.ukrstat.gov.ua/files/T/T1.htm>. (дата звернення: 19.09.2019).
3. Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами за видами туризму в м. Львів (2000-2018) (м. Львів). URL: [https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/year/2018/t249918\\_1.pdf](https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/year/2018/t249918_1.pdf). (дата звернення: 19.09.2019).
4. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Випуск 23. Ч. 1. С. 126-130.
5. 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](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.5.58)
6. Стан та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу : колективна монографія / за ред. д.і.н., проф. Г.М. Чепурди. Черкаси : ЧДТУ, 2019. 157 с.
7. Тернопіль увійшов у ТОП-10 туристичних лідерів України. *20 хвилин*. URL: <https://te.20minut.ua/Podii/terнопil-uviyshov-u-top-10-turistichnih-lideriv-ukrayini-10763366.html>. (дата звернення: 19.09.2019).
8. Туристи не зраджують Львову: оприлюднено статистику за пів року. *Українформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2788185-turisti-ne-zradzuut-lvovu-opriludneno-statistiku-za-pivroku.html>. (дата звернення: 19.09.2019).
9. У Львові підраховували звідки приїжджали та скільки витрачали туристи у 2018 році. *Львівська міська рада*. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/259981-u-l-vovi-pidrakhuvali-zvidki-prijizhdzhal-ta-skil-ki-vitrachali-turisti-u-2018-rotsi>. (дата звернення: 19.09.2019).

Статтю отримано: 25.09.2019 / Рецензування 10.11.2019 / Прийнято до друку: 20.12.2019

**Andriy Kulyk**  
Ph.D. (in Economics), Lecturer  
Vyacheslav Chornovil Galician College  
Ternopil, Ukraine  
E-mail: [Kulyk@gi.edu.ua](mailto:Kulyk@gi.edu.ua)

## FACTORS OF INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN UKRAINE

### Abstract

**Introduction.** Since tourism in Ukraine in recent years has been turning into a dynamic and profitable sector of economic activity, the substantiation and search for ways to improve the quality of services in it is of particular relevance. Access to international markets for tourism services enhances interest and actualizes the study of factors affecting the quality of tourism services in Ukraine. Largely, the implementation of the task of substantiating ways to improve the quality of tourism services in general depends on the activities of the respective hotel and restaurant business institutions and their functional interaction.

**Methods.** Empirical methods and questionnaires were used to establish and identify factors affecting the quality of services in the hotel and restaurant business. The method of abstraction and generalization was used in the study, which allowed us to draw conclusions regarding the prospects and ways to improve the quality of services in the Ukrainian hotel and restaurant business.

**Results.** A study of the factors affecting the quality of services in the hotel and restaurant business allowed them to be classified, to identify the level of influence, to offer ways and measures to smooth out the negative and increase positive trends in this area. The development of a position on possible ways to overcome the negative impact of various factors on the quality of services in the hotel and restaurant business was the logical result of a scientific search, including through the phased implementation of measures to smooth or eliminate each of them.

**Discussions.** The proposals worked out will make it possible to improve the quality of services in the hotel and restaurant business in Ukraine. In the future, more in-depth research is needed on how to develop the composition of hotel and restaurant services, methods of evaluation and quality control, the use of positive foreign experience on these issues, as well as finding ways to improve the use of computers and communications possible technologies in the tourism industry.

**Key words:** quality, service, tourism, hotel and restaurant business, tourism entities, organization, improvement.

### References

1. Informatsiia shchodo vidviduvannia Ukrainy inozemnyimi turystamy ta vyzdu hromadian Ukrainy za kordon I pivrichchia 2016-2019 rokiv. Ofitsiini dani Ministerstva rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva Ukrainy. *me.gov.ua*. Retrieved from: <http://me.gov.ua/Documents/Download?id=13fa3ae9-19e7-42a7-8feb-ebdab617d977>.
2. Kil'kist turystiv, obsluhovuvanykh turoperatoramy ta turahentamy za vydamy turyzmu v m. Ternopil (2000-2018). *te.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from: <http://www.te.ukrstat.gov.ua/files/T/T1.htm>.
3. Kil'kist turystiv, obsluhovuvanykh turoperatoramy ta turahentamy za vydamy turyzmu v m. Lviv (2000-2018) (m. Lviv). *lv.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from: [https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/year/2018/t249918\\_1.pdf](https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/year/2018/t249918_1.pdf).
4. Kovalchuk, T.H. (2019). Perspektyvy rozvytku hotelno-restorannoho 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* [Scientific Bulletin of the Uzhgorod National University], 23, 1, 126-130.
5. Sidyna, L.P. (2019). Perspektyvy rozvytku hotelno-restorannoi industrii Ukrainy: teoriia, praktyka, innovatsii rozvytku [Prospects for development of hotel-restaurant industrial Ukraine: the theory, practice, innovation of development]. *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investment: practice and experience], 5, 58-62. DOI: [10.32702/2306-6814.2019.5.58](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.5.58).
6. Chepurda, H.M. (Ed.). (2019). *Stan ta perspektyvy rozvytku turystychnoho ta hotelno-restorannoho biznesu : kolektyvna monohrafiia* [Status and prospects of development of the tourism and hotel and restaurant business: collective monograph]. Cherkasy, Ukraine: ChDTU.
7. Ternopil uviishov u TOP-10 turystychnykh lideriv Ukrainy. 20 khvylyn. *te.20minut.ua*. Retrieved from: <https://te.20minut.ua/Podii/ternopil-uvyshov-u-top-10-turistichnih-lideriv-ukrayini-10763366.html>.
8. Turysty ne zradzhuiut Lvovu: opryliudneno statystyku za piv roku. Ukrinform. *ukrinform.ua*. Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2788185-turisti-ne-zradzuut-lvovu-opriludneno-statistiku-za-pivroku.html>.
9. U Lvovi pidrakhuvaly zvidky pryizhdzhaly ta skilky vytrachaly turysty u 2018 rotsi. Lvivska miska rada. *city-adm.lviv.ua*. Retrieved from: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/259981-u-lvovi-pidrakhuvaly-zvidki-prijizhdzhali-ta-skil-ki-vitrachali-turisti-u-2018-rotsi>.

Received: 09.25.2019 / Review 11.10.2019 / Accepted 12.20.2019