СТАН МАЛОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ: РОЛЬ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СКЛАДОВОЇ В ЙОГО РОЗВИТКУ

TOURISM SMALL BUSINESS IN UKRAINE: ROLE OF ITS RESTAURANT AND HOTEL COMPONENT IN THE DEVELOPMENT

УДК 338.48.025

<https://doi.org/10.32843/infrastuct41-9>

Мілінчук О.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Державний університет
«Житомирська політехніка»

Павлюк В.М.

аспірант кафедри менеджменту
і підприємництва
Державний університет
«Житомирська політехніка»

Milinchuk Olga

Zhytomyr Polytechnic State University

Pavliuk Valentyna

Zhytomyr Polytechnic State University

У статті визначено сутність малого підприємства, критерії, за якими підприємства належать до малого чи мікробізнесу згідно з вітчизняним законодавством. Розглянуто роль малого бізнесу в економіці країни, проаналізовано показники розвитку малих підприємств у площині загальної структури підприємництва, зокрема їхня кількість, обсяги реалізації та чисельність працівників. Досліджено динаміку зміни показників туристичних підприємств протягом 2010–2018 рр. та узагальнено тенденції їхнього розвитку. Підкреслено важливість готельно-ресторанного складника у структурі малого туристичного бізнесу та сформульовано переваги й недоліки розвитку як готельного, так і ресторанного вітчизняного господарства. Аналіз статистичних даних стану малих підприємств із тимчасового розміщення та підприємств із забезпечення страв та напоями дав змогу сформулювати проблемні аспекти господарювання та запропонувати шляхи їх вирішення.

Ключові слова: малий бізнес, мале підприємство, туристичне підприємство, готельне господарство, ресторанне господарство.

В статье определена сущность малого предприятия, критерии, являю-

щиеся основой определения предприятий малым или микробизнесом в соответствии с отечественным законодательством. Рассмотрена роль малого бизнеса в экономике страны, проанализированы показатели развития малых предприятий в плоскости общей структуры предпринимательства, в частности их количество, объемы реализации и численность занятых. Исследована динамика изменений показателей туристических предприятий на протяжении 2010–2018 гг. и обобщены тенденции их развития. Подчеркнута важность гостинично-ресторанной составляющей в структуре малого туристического бизнеса и сформулированы преимущества и недостатки развития как гостиничного, так и ресторанного отечественного хозяйства. Анализ статистических данных состояния малых предприятий по временному размещению и предприятий по обеспечению едой и напитками позволил сформулировать проблемные аспекты хозяйствования и предложить пути их решения.

Ключевые слова: малый бизнес, малое предприятие, туристическое предприятие, отельное хозяйство, ресторанное хозяйство.

The article examines the state of small tourism business in Ukraine and determines the role of restaurant and hotel components in its development by analyzing statistical data and forming relevant conclusions. Tourism has become a macroeconomic multiplier over the last decades. Because of structural complexity of the tourism industry, the issue to study the impact of the main components on the development of small tourism business is cut-edging. The paper is based on a legislation analysis of small business, on web-based content analysis of Ukrainian state institutions web-sites and on statistical dynamic analysis of key figures of tourism enterprises, hotels and restaurants. The article defines the essence of small business, the criteria by which enterprises belong to small or micro business under Ukrainian legislation. In the article the role of small business in the economy of the country is considered, the indicators of the development of small enterprises in the general structure of entrepreneurship are analyzed, in particular their quantity, sales and number of employees. The change of tourist enterprises indicators during 2010–2018 is investigated and the tendencies of their development are generalized. The importance of the hotel and restaurant component in the structure of small tourism business is emphasized and the advantages and disadvantages of development of hotel and restaurant economy are formulated. Analysis of the statistics of small accommodation and food and beverage companies has allowed to formulate current issues of the economy and to suggest ways of solving them. The paper presents the Ukrainian experience of small tourism business development as well as its hotel and restaurant components and may be interesting for those who plan to start tourism business or those who study specific features of current state and development tendencies of hotel and restaurant small business in Ukraine. The analyzed data shows the specific features of small tourism in Ukraine and identifies the focusing of Ukrainian small tourism business on hotel and restaurant activities within the tourism market.

Key words: small business, small enterprise, tourism enterprise, hotel business, restaurant business.

Постановка проблеми. Позитивні результати розвитку малих підприємств у країнах, які пройшли етап реформування економічних систем, показують, що малий бізнес є одним із засобів усунення диспропорцій на окремих ринках, створення додаткових робочих місць і скорочення безробіття, активізації інноваційних процесів, розвитку конкуренції, швидкого насичення ринку товарами та послугами. Нині розвиток підприємництва віднесено до пріоритетних завдань регіональної політики, при цьому мале підприємництво визначено як один із вагомих чинників забезпечення економічного зростання.

Окремої уваги заслуговують актуальні питання стану розвитку малого підприємництва в туризмі. Наприклад, у Європі, яка є лідером на світовому туристичному ринку, 6,5% загального товарообігу малих підприємств припадає на надходження від

туристичних послуг. Туристична індустрія є комплексним явищем і включає як туристичні підприємства, так і інші підприємства сфери послуг, що формують окремі складники туристичного продукту. Враховуючи структурну складність туристичної індустрії, актуальним питанням є вивчення впливу готельної, ресторанної та інших складових частин на формування та розвиток туристичного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням проблем розвитку малого підприємства присвячені дослідження таких учених, як О. Амоша, В. Геєць, В. Бондаренко, М. Бутко, З. Варналій, В. Василенко, Б. Данилишин, Т. Дудар, В. Захарченко, В. Збарський, С. Кваша, І. Комарницький, В. Кредісов, М. Малік, А. Мельник, В. Худолій, Л. Чернюк, М. Чумаченко, А. Чухно та інші. Однак проведені дослідження в умовах

розвитку ринкових відносин потребують подальшого поглиблення у питаннях комплексного розгляду становлення, розвитку і функціонування малого бізнесу окремих видів економічної діяльності, зокрема туризму та його готельно-ресторанного складника.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження стану малого туристичного бізнесу в Україні та визначення ролі ресторанно-готельного складника в його розвитку шляхом аналізу статистичних даних та формування відповідних висновків.

Виклад основного матеріалу дослідження. У більшості країн немає універсального визначення поняття «малі підприємства», а в законах і на практиці використовують спеціальні визначення залежно від конкретних завдань: кредитної політики, податкових передумов, стимулювання експорту та за надання різних форм державної підтримки. Згідно з українським законодавством, мікро- та малі підприємства – це організаційно-правовий вид підприємств, який визначається за низкою встановлених критеріїв [9, ст. 2, 1].

Поняття «мале підприємництво» більш широке, ніж «мале підприємство» та/або «мікропідприємство». За визначенням українського вченого З. Варналії [1, с. 7], мале підприємництво – це самостійна, систематична інноваційна діяльність малих підприємств на власний ризик із метою реалізації економічного інтересу – отримання прибутку (підприємницького доходу). Сьогодні суб'єктами малого підприємництва є мікро- та малі підприємства, фізичні особи-підприємці, які здійснюють систематичну (зареєстровану) підприємницьку діяльність без створення юридичної особи. Мікро- та мале підприємство відповідають таким критеріям, як показники чисельності зайнятих працівників (до 10 та 50 осіб відповідно),

балансова вартість активів (3,5 та 4 млн євро відповідно) та чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (до 700 тис. та 8 млн євро відповідно) [9, ст. 2, 1]. Згідно з Господарським кодексом суб'єктами малого підприємництва є фізичні особи-підприємці та юридичні особи, кількість працівників яких не більше 50 осіб, а річний дохід не перевищує 10 млн євро за середньорічним курсом НБУ [3, розділ 2, глава 6, ст. 55].

Досліджуючи структуру підприємств у 2018 р. за розміром відповідно до класифікації Господарського кодексу України, до суб'єктів великого підприємництва належать лише 446 підприємств, суб'єкти середнього підприємництва становлять 16 476 одиниць, малих підприємств – 1 822 671 одиниць, або 99,1% у загальній структурі. Суб'єкти мікропідприємництва налічують 1 764 737 одиниць, або 96,8% від усіх зареєстрованих малих підприємств та фізичних осіб-підприємців [8].

Розглянемо розподіл суб'єктів господарювання за розміром у 2010–2018 рр. у табл. 1.

Відповідно до наведених статистичних даних видно, що питома вага малих підприємств у загальній структурі бізнесу 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 [8]. Значення цих показників суттєво відрізняється за видами економічної діяльності. Так, у загальній структурі малих підприємств України частка туристичних становить 0,58%, або 10 502 із 1 822 671 зареєстрованих у 2018 р. Розглянемо розподіл туристичних підприємств за розміром у табл. 2.

Статистичні дані підтверджують, що питома вага суб'єктів малого підприємництва в туризмі

Таблиця 1

Кількість суб'єктів великого, середнього та малого підприємництва в Україні (одиниць)

Роки	Кількість суб'єктів господарювання						
	Усього				У тому числі фізичні особи-підприємці		
	Суб'єкти великого підприємництва	Суб'єкти середнього підприємництва	Суб'єкти малого підприємництва	з них суб'єкти мікропідприємництва	Суб'єкти середнього підприємництва	Суб'єкти малого підприємництва	з них суб'єкти мікропідприємництва
2010	586	21343	2161999	2093688	360	1804758	1793243
2011	659	21059	1679902	1608819	306	1325619	1313004
2012	698	20550	1578879	1510776	362	1234830	1224315
2013	659	19210	1702201	1637180	351	1328392	1318703
2014	497	16618	1915046	1859887	712	1590448	1580965
2015	423	15510	1958385	1910830	307	1630571	1626589
2016	383	15113	1850034	1800736	281	1558880	1553041
2017	399	15254	1789406	1737082	317	1466486	1458980
2018	446	16476	1822671	1764737	419	1483297	1471965

Джерело: [8]

становить 99,8%, із них 98,3% – це мікропідприємництво, яке характеризується кількістю працюючих до 10 осіб та річним доходом до 2 млн євро. Безперечно, в сучасних умовах господарювання малі підприємства в туристичній сфері мають низку проблем. Насамперед це нестабільність доходів і обмежені фінансові можливості: фінансова діяльність будується з урахуванням постійного фактору недостатності ресурсів з огляду на незначний загальний обсяг господарського обороту та неможливість залучення коштів інвесторів, які не є власниками підприємства. Необхідність самофінансування за рахунок власного прибутку в умовах обмеженості зовнішнього фінансування зумовлює стратегію постійного підвищення рентабельності бізнесу. При цьому головною метою фінансової діяльності малого підприємства має бути дотримання фінансової рівноваги. Крім того, мають місце такі проблеми, як висока чутливість до ринкової кон'юнктури, обмежена частка ринку, висока вразливість до несприятливих економічних факторів тощо.

Місце та роль малого бізнесу в загальній структурі вітчизняних туристичних агентств, туристичних операторів та підприємств із надання інших туристичних послуг наведено в табл. 3.

Аналізуючи наведені статистичні дані, зауважимо, що внесок малих туристичних підприємств у розбудову української економіки навіть на тлі загального помірного розвитку малого бізнесу в Україні вражає мізерними масштабами – питома вага обсягів реалізації продукції малих туристичних підприємств у загальній структурі малого підприємництва у 2018 р. становила 0,27%, або 6,6 млн грн.

Варто зазначити, що туристичні підприємства протягом 2010–2016 рр. показували чистий збиток і лише у 2017–2018 рр. загальний чистий прибуток становив 796,7 та 11 033,5 тис. грн. відповідно, і понад 70% середніх та малих туристичних підприємств були прибутковими. Сума чистого прибутку малих туристичних підприємств у 2018 р. становила 126,8 млн грн.

Після різкого падіння всіх результативних показників туристичних підприємств у 2014 р., спостерігаємо позитивну динаміку зростання кількості підприємств та обсягів реалізації продукції малими туристичними підприємствами протягом 2015–2018 рр., а також позитивні фінансові результати у 2017–2018 рр.

Як зазначає В.Г. Герасименко, туризм усе більш масштабно й результативно відіграє роль макроекономічного мультиплікатора [10, с. 10]. У сучасних умовах відбувається помноження ефекту від туристичної діяльності у суміжних галузях економіки (готельно-ресторанне господарство, транспорт, промисловість, будівництво), спостерігається множення доходів різних суб'єктів господарювання, які беруть участь у туристичному обслуговуванні, шляхом активізації споживання товарів і послуг у багатьох сферах виробничої та обслуговуючої діяльності тощо [10, с. 10]. Таким чином, важливим є дослідження окремих складників туризму та визначення їхньої мультиплікативної ролі в розвитку туристичного бізнесу.

Готельно-ресторанний бізнес – важлива складова частина туристичної інфраструктури, яка відіграє провідну роль у реалізації туристичного продукту на ринку туристичних послуг. Стан розвитку готельно-ресторанної сфери має прямий та потужний вплив на рівень реалізації туристичного потенціалу країни.

Кількість закладів готельно-ресторанного господарства України у 2010–2018 рр. наведено на рис. 1.

Статистичні дані свідчать, що 2018 р. став успішним як для малих підприємств із тимчасового розміщення, так і для підприємств із забезпечення стравами та напоями – 8101 од. та 53 365 од. відповідно, що на 7,6% та 7,2% більше, ніж у 2017 р.

Незважаючи на позитивні зміни у 2017–2018 рр., варто звернути увагу на недостатню кількість готельних підприємств в Україні порівняно з провідними країнами світу та ціла низка проблем вітчизняного готельного господарства, які потребують вирішення:

Таблиця 2

Кількість середніх та малих туристичних підприємств в Україні (одиниць)*

Роки	Суб'єкти великого підприємництва	Суб'єкти середнього підприємництва	Суб'єкти малого підприємництва	з них суб'єкти мікропідприємництва
2010	–	49	10437	10182
2011	–	44	8516	8271
2012	–	36	8190	7968
2013	–	33	9796	9578
2014	–	24	10246	10062
2015	–	18	9374	9213
2016	1	43	9920	9748
2017	–	17	10076	9911
2018	–	18	10502	10327

*за даними КВЕД 79 «Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з ним діяльність»

Джерело: [8]

- складність економічної ситуації, пов'язаної із значними витратами на утримання та експлуатацію номерного фонду, підвищенням тарифів на комунальні послуги, податковим тиском, коливанням курсу валют;
- недостатнє використання потенціалу готельних підприємств, особливо в контексті розвитку ділового та конгрес-туризму;
- низька конкурентоспроможність матеріально-технічної бази підприємств розміщення, яка впливає на ступінь задоволеності споживачів;

- дефіцит бюджетного розміщення (в готелях 1–3 зірок), який приводить до невиправданого завищення цін для туристів;
- невідповідність цін рівню якості надання готельних послуг, тому туристи віддають перевагу іншим місцям для тимчасового проживання (наприклад, орендовані квартири), що зумовлюється передусім бажанням отримати комплекс послуг за доступну ціну;
- обмеженість додаткових послуг у готельних підприємствах, що впливає на загальну

Рис. 1. Динаміка кількості закладів розміщення та харчування в Україні

За даними КВЕД 55 «Тимчасове розміщення»; КВЕД 56 «Діяльність із забезпечення стравами та напоями»

Джерело: [8]

Таблиця 3

Загальні показники діяльності малих туристичних підприємств

Показник	Роки				
	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість підприємств, од.	10270	9392	10459	10093	10520
у т.ч. малі підприємства	10246	9374	10416	10076	10502
у % до загальної кількості	99,8	99,8	99,6	99,8	99,8
У т.ч. фізичні особи-підприємці	6544	5705	7088	6869	7193
у % до загальної кількості	63,7	60,7	67,8	68,1	68,4
Кількість зайнятих на підприємствах працівників, тис. осіб	н.д.	19,7	20,8	21,5	20,6
у т.ч. на малих підприємствах	н.д.	16,9	18,6	19,3	18,1
у % до загальної кількості	н.д.	85,8	89,4	89,8	88,0
У т.ч. фізичні особи-підприємці	н.д.	7,0	8,9	9,7	10,6
у % до загальної кількості	н.д.	35,5	42,8	45,1	51,3
Обсяг реалізованої продукції підприємств, млн грн.	н.д.	5519,8	7006,8	8434,6	11873,9
у т.ч. малими підприємствами	н.д.	4004,3	5198,2	5633,3	6643,1
у % до загальної кількості	н.д.	72,5	74,2	66,8	55,9
У т.ч. фізичні особи-підприємці	н.д.	909,1	1303,5	1706,7	2407,0
у % до загальної кількості	н.д.	16,5	18,6	20,2	20,3

(н.д.) Дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України

«Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації

**за даними КВЕД 79 «Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з ним діяльність»

Джерело: [8]

конкурентоспроможність засобів розміщення, адже конкурентною перевагою є не стільки надання основних послуг, скільки диверсифікація додаткових;

– проблеми нормативно-правового характеру, наприклад існування обов'язкової категоризації та водночас добровільної сертифікації; фактична відсутність органів категоризації та нагляду за дотриманням стандартів, що спричинило високий рівень недобросовісної конкуренції та неконтрольоване використання зірок у позиціонуванні готелів [6, с. 310].

Існуючі проблеми призвели до скорочення переліку послуг, низької якості обслуговування, що викликало зниження задоволеності клієнтів і, як наслідок, зменшення попиту на послуги підприємств індустрії гостинності. Статистичні дані щодо стану розвитку суб'єктів малого підприємництва вітчизняного готельного господарства наведено в табл. 4.

Враховуючи кількісні характеристики закладів із тимчасового розміщення, в Україні залишається потенціал для розвитку різних типів готельних та аналогічних закладів, а також актуальною є потреба в висококваліфікованих кадрах з фінансового управління. Фінансово найстійкішими в сьогоденні умовах залишаються готелі, вартість номерів яких прив'язана до іноземної валюти (долара чи євро). Це здебільшого готелі категорії 5 зірок і якісні готелі категорії 4 зірки. При цьому прибутковість самих готелів знизилася на 40% і торкнулася всіх категорій. Готелів рівня 4 зірки в Україні близько 20%. Більшість національних готелів мають статус 3 зірки, їх близько 50%. Крім того, в останні роки спостерігається значне збільшення кількості приватних готелів малої місткості (до 50 місць), які класифікуються як міні-готелі. Міні-готелі відносяться до числа найбільш перспективних готельних структур, вкрай затребуваних на українському готельному ринку і здатних приносити стабільний дохід [4, с. 126]. Проте у 2018 р., як і у 2010–2017 рр., готельна складова частина

малого туристичного бізнесу залишається загалом збитковою і характеризується чистим збитком у сумі 204,2 млн грн.

Ресторанна складова частина туристичного ринку є найбільш динамічною в Україні. Кількість суб'єктів малого підприємництва із забезпечення стравами та напоями досягла у 2018 р. рекордної кількості – 53 365 закладів, що на 62% більше, ніж у 2011 році, та на 7%, ніж у 2017 р. [8].

Статистичні дані щодо стану розвитку суб'єктів малого підприємництва вітчизняного ресторанного господарства наведено в табл. 5.

Динаміка розвитку українського ресторанного ринку є і його перевагою, і недоліком. Рекордна кількість закладів працювала у 2018 р., зокрема малих підприємств – 53365 од., середніх – 192, великих – 1 [8]. Проте будь-які економічні коливання одразу відображаються на фінансових результатах рестораторів. Лише політична криза, революція та війна за 2014–2015 рр. «з'їли» близько 5,6 тис. закладів громадського харчування, а чистий збиток малих закладів ресторанного господарства у 2015 р. становив 1365,6 млн грн. За оцінками Rest Consulting, у 2014–2015 рр. близько 1,5 тис. ресторанів закрилися, не витримавши кризи, а ще трохи більше 4 тис. опинилися на окупованих територіях АРК та Сходу України [7]. У тому ж дослідженні фігурує цифра у 30 млрд грн. як оцінка ринку станом на 2017 р. Загалом ресторанний бізнес у 2016–2018 рр. є прибутковим, зокрема у 2018 р. чистий прибуток становить 525,6 млн грн., проте малі підприємства показують чистий збиток 122,7 млн грн. Це пов'язано з тим, що для розвитку ресторанного бізнесу в Україні характерні визначені складності, такі як: плинність персоналу, брак професійних кадрів, технічна невідповідність багатьох приміщень під розміщення підприємств харчування, необхідність в отриманні величезної кількості погоджень та дозвільної документації, залежність від продуктової інфляції і кон'юнктури ринку.

Таблиця 4

Характеристика діяльності малих підприємств з тимчасового розміщення

Роки	Кількість суб'єктів господарювання, од.	Кількість зайнятих працівників, осіб	Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.	Чистий прибуток (збиток), тис. грн.
2010	9923	46205	2947160,2	-184796,8
2011	9648	48255	3225543,9	-242181,6
2012	6530	30592	2863184,4	-185459,7
2013	8279	к	к	-190773,6
2014	7987	23642	2450592,9	-956253,5
2015	7952	к	к	-1062375,9
2016	7423	23660	4759375,6	-915440,0
2017	7526	к	к	-412790,0
2018	8101	к	к	-204232,6

*за даними КВЕД 55 «Тимчасове розміщування»

Джерело: [8]

Характеристика діяльності малих підприємств із забезпечення стравами та напоями

Роки	Кількість суб'єктів господарювання, од.	Кількість зайнятих працівників, осіб	Обсяг реалізованої продукції, тис. грн.	Чистий прибуток (збиток), тис. грн.
2010	39670	136619	5589298,9	-202397,6
2011	32934	129828	6038690,6	-224420,7
2012	37087	160233	9452312,1	-318135,4
2013	43353	163458	10527728,9	-272628,0
2014	49261	132928	10151294,1	-601936,9
2015	50217	124945	12534764,0	-1365643,9
2016	50008	135139	16788458,5	-161520,0
2017	49774	к	к	-116243,5
2018	53365	к	к	-122683,8

*за даними КВЕД 56 «Діяльність із забезпечення страв та напоїв»

Джерело: [8]

Крім потенційних ризиків, рестораторам доводиться враховувати і тенденції економіки, адже макроекономічні чинники потужно впливають на розвиток ресторанного бізнесу в містах. Експерти простежують залежність між розвитком закладів елітного або середнього сегменту ринку громадського харчування і розвитком великого або середнього і малого бізнесу [8, с. 304].

Експерт Ольга Насонова, генеральний директор компанії «Ресторанний консалтинг», зазначає, що у 2018 р. в Києві відкрилося 275 ресторанів, водночас понад сто припинило роботу. Це пов'язано з тим, що ресторанний бізнес став дуже модним. Він красивий, інстаграмний і здається багатьом легким. Тому в бізнес прийшло багато новачків, які вклали гроші, але не розібралися в ньому. Більшість закладів, які закриваються, – нові, і причина цьому – непрофесіоналізм [5]. «Вижити» на ринку новим гравцем дозволяє відкриття закладів за франшизою, серед них відсоток збанкрутілих протягом першого року становить менш ніж 30%. Саме тому багато молодих підприємців все частіше вибирає для себе відкриття ресторану чи кафе під уже відомою торговою маркою, наприклад «Арома Кава», «Львівські круасани» тощо. Експерт Катерина Бенівська, аналітик компанії Pro-consulting, узагальнює, що ресторанний ринок продовжує зростати, однак темпи росту дещо уповільнюються порівняно з 2017–2018 рр., що пов'язано з ростом вимог споживачів до нових закладів та високою конкуренцією. Бажання відвідувачів харчуватися в ресторанах за більш доступними цінами і тенденція до зменшення середнього віку відвідувачів ресторанів та кафе приводять до того, що очікують закриття багатьох ресторанів традиційних форматів та відкриття на їх місці закладів формату smart casual [5].

Висновки з проведеного дослідження.

Проведений аналіз статистичних даних з врахуванням умов поточної кон'юнктури туристичного ринку свідчить, що 99% підприємств в структурі є малими, на них припадає 25% галузевих обсягів

реалізації туристичних продуктів. Дослідження дозволило виявити ще одну особливість малого туристичного бізнесу – серед зареєстрованих суб'єктів господарювання 68,4% є фізичними особами-підприємцями, на які припадає майже 50% зайнятих у туризмі.

Результати досліджень вказують на те, що внесок туристичної галузі загалом до валового внутрішнього продукту держави і готельних та ресторанних підприємств зокрема, суттєво протягом досліджуваного періоду не збільшився. Факт незначного зростання малого туристичного бізнесу в державі є вражаючим, оскільки ще у 1995 р., у рік прийняття Закону України «Про туризм», було проголошено пріоритетність розвитку туризму.

У 2014–2015 рр. знову відбулося скорочення обсягів реалізації послуг підприємствами розміщення та харчування. Проте ресторанному господарству вдалося подолати негативні зовнішні чинники та відновити власні впливові позиції в економіці країни, що пов'язано з такими факторами, як можливість розвитку ресторанного бізнесу за договором франчайзингу; популяризація гурман-туризму серед різних категорій 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. Малі підприємства готельного бізнесу також намагалися зберегти відносну стабільність протягом 2014–2018 рр., але залишалися у фінансовому підсумку збитковими. 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 турбулентності зовнішнього середовища. У подальших дослідженнях актуальним залишається розроблення заходів щодо подолання негативних тенденцій у функціонуванні туризму та його готельно-ресторанного складника, визначення комплексних і системних дій щодо їхнього сталого розвитку за умов активної рекреаційної діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Варналії З.С. Державна політика підтримки малого підприємництва : монографія. К.: НІСД, 1996. 130 с.
2. Гірниак Л.І., Глагола В.А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Електронне наукове фахове видання «Інфраструктура ринку»*. 2018. Вип. 16. С. 71–77.
3. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року №436–IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#n2579> (дата звернення: 09.02.2020)
4. Земліна Ю., Ліфренко О. Тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2019. Том 2, № 1. С. 121–131.
5. Луцька В. Розквіт чи вже занепад: що відбувається з київським ресторанним ринком? Відповідають експерти. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/09/17/rozkvit-chy-vzhe-zanepad-shho-vidbuvayetsya-z-kyivskym-restorannym-rynkom-vidpovidayut-eksperty/> (дата звернення: 09.02.2020).
6. Мілінчук О.В. Моніторинг стану розвитку готельно-ресторанного бізнесу України / Менеджмент суб'єктів господарювання в умовах забезпечення сталого розвитку : монографія за заг. ред. д.е.н., проф. Тарасюк Г. М. Житомир : ЖДТУ, 2017. 450 с. С. 300–315.
7. На чому заробляють ресторатори – дослідження компанії Poster. URL: <https://nachasi.com/2018/06/20/doslidzhennya-poster/> (дата звернення: 09.02.2020).
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 09.02.2020).
9. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 18.09.2018 р. №2545-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 09.02.2020).
10. Ринки туристичних послуг : стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименко. Одеса : Астропринт, 2013. 334 с.
11. Семенов В.Ф., Жилович Ю.І. Стратегії регіонального розвитку підприємств ресторанного бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. № 19. Ч. 3. С. 35–39.

REFERENCES:

1. Varnalij Z.S. (1996) *Derzhavna polityka pidtrymky malogho pidpryjemnytva : monoghrafija* [State policy of small business supporting] Kyiv : NISD. (in Ukrainian)
2. Ghirnjak L. I., Ghlaghola V. A. (2018) Suchasny stan, perspektyvy ta tendenciji rozvytku restorannogho ghospodarstva v Ukraini [Current state, perspectives and tendencies of restaurant business development in Ukraine]. *Infrastruktura rynku* (electronic journal), vol. 16, pp. 71–77. Available at: http://market-infr.od.ua/journals/2018/16_2018_ukr/13.pdf (accessed 09 February 2020).
3. Ghospodarskyj kodeks Ukrainy vid 16 sichnja 2003 roku #436-IV [Economic Code of Ukraine (2003)]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#n2579> (accessed 09 February 2020).
4. Zemlina Ju., Lifirenko O. (2019) Tendenciji rozvytku ghoteljnogho biznesu v Ukraini [Development tendencies of hotel business in Ukraine]. *Restorannyj i ghoteljnyj konsaltingh. Innovaciji*, vol.1, Part 2, pp. 121–131.
5. Lucjka V. (2019) Rozkvit chy vzhe zanepad: shho vidbuvajetsja z kyivskym restorannym rynkom? Vidpovidayutj eksperty [Increased or decreased: what happening with Kyiv restaurant market? Experts answers]. Available at: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/09/17/rozkvit-chy-vzhe-zanepad-shho-vidbuvayetsya-z-kyivskym-restorannym-rynkom-vidpovidayut-eksperty/> (accessed 09 February 2020).
6. Milinchuk O.V. (2017) Monitoryng stanu rozvytku ghoteljno-restorannogho biznesu Ukrainy [Monitoring of current state of hotel and restaurant businesses in Ukraine] *Menedzhment sub'ektiv ghospodarjuvannja v umovakh zabezpechennja stalogho rozvytku : monoghrafija za zagh. red. d.e.n., prof. Tarasjuk G. M. Zhytomyr : ZhDTU*, pp. 300–315.
7. Na chomu zarobljajutj restoratory – doslidzhennja kompaniji Poster [How do restaurants make profit – Poster research]. Available at: <https://nachasi.com/2018/06/20/doslidzhennya-poster/> (accessed 09 February 2020)
8. Official website of State Statistics Service. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 09 February 2020).
9. Pro bukhghalterskyj oblik ta finansovu zvitnistj v Ukraini : Zakon Ukrainy vid 18.09.2018. #2545-VIII [Law of Ukraine on accounting and financial reporting : (2018)]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (accessed 09 February 2020).
10. Rynky turystychnykh poslugh : stan i tendenciji rozvytku : monoghrafija (2013) [Markets of tourism services : state and prospects of development : monograph] / za zagh. red. profesora V. G. Gherasymenko. Odesa : Astroprynt. (in Ukrainian)
11. Semenov V. F., Zhylovych Ju. I. (2018) Strateghiji rehionaljnogho rozvytku pidpryjemstv restorannogho biznesu [Regional development strategies of restaurant business]. *Naukovyj visnyk Uzhghorodskogho nacionaljnogho universytetu*. Serija: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove ghospodarstvo, vol. 19, no. 3, pp. 35–39.