

УДК 338.46:640.4

DOI: 10.31732/2663-2209-2025-78-105-117

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Світлана Гаврилюк¹, Тетяна Сокол², Михайло Кім³

¹Канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри туризму, ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК», м. Київ, Україна, e-mail: gavrylyuks@krok.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1001-4046>

²Канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри туризму, ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК», м. Київ, Україна, e-mail: TaniaSH@krok.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6106-4911>

³Канд. пед. наук, доцент кафедри туризму, ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК», м. Київ, Україна, e-mail: KotM@krok.edu.ua

FEATURES OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN THE HOTEL BUSINESS

Svitlana Havryliuk¹, Tetyana Sokol², Mykhailo Kit³

¹ PhD in economics, Associate Professor, Associate Professor of Tourism Department, «KROK» University, Kyiv, Ukraine, e-mail: gavrylyuks@krok.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1001-4046>

²PhD in pedagogical, Associate Professor, Associate Professor of Tourism Department, «KROK» University, Kyiv, Ukraine, e-mail: tgsspectour@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6106-4911>

³PhD in pedagogical, Associate Professor of Tourism Department, «KROK» University, Kyiv, Ukraine, e-mail: KotM@krok.edu.ua,

Анотація. У статті представлені результати наукової дискусії щодо тенденцій та перспектив розвитку підприємництва у готельному господарстві. Розглянуто сутність підприємництва, сформульовано визначення підприємництва у готельному бізнесі, розглянуто його сутність та з'ясовано особливості його впровадження в сучасних умовах господарювання.

Проведено комплексний аналіз розвитку підприємництва у готельному бізнесі України на сучасному етапі, систематизовано основні проблеми і загрози. Охарактеризовані суб'єкти готельного підприємництва та їх склад. Розкриті основні напрямки та форми розвитку підприємництва на ринку послуг з тимчасового розміщування в Україні. Досліджено основні показники фінансово-господарської діяльності різних за розміром підприємств виду діяльності «55 Тимчасове розміщування» в динаміці. Визначено проблеми, що виникають при здійсненні підприємницької діяльності у готельному бізнесі. Запропоновано заходи активізації готельного підприємництва, що дозволить істотно збільшити його соціально-економічний вплив на економіку країни.

Наукова новизна статті полягає в узагальненні особливостей готельного підприємництва з урахуванням галузевої специфіки, проблем розвитку підприємств готельного господарства в сучасних умовах господарювання. Методологічною основою дослідження є загальнотеоретичні та специфічні методи, зокрема, метод логічного узагальнення (логіко-діалектичний), метод наукової абстракції, графоаналітичний метод. Періодом дослідження обрано 2010-2023 рр.

Розвиток готельного підприємництва та впровадження ефективних форм ведення готельного бізнесу забезпечить ефективний розвиток готельного господарства в Україні. Результати проведеного дослідження можуть бути корисними у практичній роботі готелів та інших засобів розміщування, які прагнуть удосконалити свою діяльність в сучасних умовах.

Ключові слова: підприємництво, підприємництво в готельному бізнесі, особливості підприємництва в готельному бізнесі, суб'єкти господарювання на ринку готельних послуг, основні тенденції розвитку готельного підприємництва.

Формул: 0; **рис.:** 3; **табл.:** 2; **бібл.:** 8

Abstract. The article presents the results of a scientific discussion on trends and prospects for the development of entrepreneurship in the hotel business. The essence of entrepreneurship is considered, the definition of entrepreneurship in the hotel business is formulated, its essence is considered, and the features of its implementation in modern business conditions are clarified.

A comprehensive analysis of the development of entrepreneurship in the hotel industry of Ukraine at the present stage is conducted, and the main problems and threats have been systematized. The subjects of the hotel business and their composition are described. The main directions and forms of business development in the market of temporary accommodation services in Ukraine are revealed.

The main indicators of the financial and economic activity of enterprises of different sizes of the type of activity "55 Temporary accommodation" are investigated in dynamics. The problems that arise in carrying out business activities in the hotel business are identified. Measures to intensify the hotel business are proposed, which will significantly increase its socio-economic impact on the country's economy.

The scientific novelty of the article is to study the general features of the hotel business, taking into account industry specifics, to study the problems of the development of hotel enterprises in modern economic conditions. The methodological basis of the study is general theoretical and specific methods, in particular, the method of logical generalization (logical and dialectical), the method of scientific abstraction, the graphoanalytic method. 2010-2023 was chosen as the research period.

The development of hotel entrepreneurship and the introduction of effective forms of hotel business will ensure the effective development of the hotel industry in Ukraine. The results of the study can be useful in the practical work of hotels and other means of accommodation, that seek to improve their activities in modern conditions.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurship in the hotel business, features of entrepreneurship in the hotel business, business entities in the market of hotel services, the main trends in hotel business entrepreneurship.

Formulas: 0; fig.: 3; tabl.: 2; bibl.: 8

Постановка проблеми. Вітчизняний ринок готельних послуг в Україні характеризується негативними тенденціями розвитку через економічну і політичну нестабільність, а також вплив війни, що торкнулася абсолютно всіх сфер діяльності. У зв'язку з воєнними діями на території України загострилися проблеми, пов'язані зі зменшенням рівня ділової активності, уповільненням темпів економічного розвитку, падінням споживчого попиту, спричиненим скороченням реальних доходів населення. Багато готелів втрачають клієнтів і закриваються, а інші продовжують працювати і переорієнтовують свою діяльність. Здійснення успішної підприємницької діяльності на ринку готельних послуг можливе за умови знання законів і закономірностей функціонування ринкової економіки, особливостей розвитку готельного бізнесу.

Серед чинників розвитку готельного господарства важливу роль відіграють підприємницька діяльність та суб'єкти, що її здійснюють. Забезпечення поступального розвитку готельного бізнесу можливе завдяки досягненню повного задоволення потреб споживачів, збільшення обсягів діяльності з тимчасового розміщування, підвищенню ефективності господарювання. Створення сприятливих умов для підвищення ефективності діяльності з тимчасового розміщування та конкурентоспроможності підприємств готельного господарства передбачає, з одного боку, ефективне використання факторів господарської діяльності з тимчасового розміщування, прагнення до отримання прибутку, а з іншого – реалізацію творчого потенціалу

працівників, впровадження сучасних підприємницьких технологій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми й особливості здійснення підприємницької діяльності в готельному бізнесі знаходить своє відображення в наукових економічних дослідженнях. Принципи підприємництва, питання класифікації форм і видів суб'єктів підприємництва у готельному господарстві, організації та планування готельного бізнесу у ринкових умовах відображено у наукових публікаціях таких вітчизняних учених, як Мальська М.П., Пандяк І.Г., Нечаюк Л.І, Телеш Н.О., Герасименко В.Г., Нездоймінов С.Г., Пуцентейло П.Р. та ін. Однак питання удосконалення управління підприємницькою діяльністю не втратили своєї актуальності для підприємств готельного господарства і вимагають подальших досліджень з урахуванням галузевої специфіки та сучасних умов воєнного стану в Україні.

У зв'язку зі складними сучасними умовами, спричиненими війною в Україні та глобальними змінами у світі, зростає необхідність постановки та вирішення таких важливих завдань як розгляд особливостей підприємницької діяльності в готельному господарстві в сучасних умовах для забезпечення подальшого відновлення вітчизняної економіки в умовах воєнного часу.

Формулювання мети та методів дослідження. Автори статті мають на меті дослідити теоретичні та практичні засади підприємницької діяльності підприємств готельного господарства та її галузеві особливості, проаналізувати основні тенденції та проблеми розвитку

підприємництва у готельному бізнесі в сучасних умовах господарювання.

Для досягнення поставленої мети у статті використовуються загальнотеоретичні та специфічні методи, зокрема, метод логічного узагальнення, порівняльного аналізу, теоретичної інтерпретації, а також аналітичний, системний методи, порівняльний аналіз і систематизація.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нестабільна політична обстановка, військові конфлікти різного масштабу або загроза їх виникнення, серйозні економічні та фінансові кризи, інфляція, загострення екологічних проблем завдають значної і миттєвої шкоди готельному бізнесу. Крім того, окремі чинники, такі як, військові конфлікти або анексія територій держави можуть повністю знищити готельну інфраструктуру і зробити певну частину країни непридатною для подорожування.

Вітчизняні підприємства готельного господарства зазнали негативного впливу військових дій на їхню операційну діяльність. Зокрема, це закриття готелів та їх анексія на окупованих територіях, руйнування готельної інфраструктури, вплив на діяльність з тимчасового розміщування комендантської години та повітряних тривог, відтік кваліфікованих працівників внаслідок міграційних процесів та мобілізації, зменшення кількості споживачів та платоспроможного готельного попиту, зміна цільового призначення готелів, порушення ланцюгів постачання експлуатаційних матеріалів, відсутність дієвого механізму підтримки готельного підприємництва з боку державних органів, сповільнення економічної активності на ринку готельних послуг. Вказані обставини вимагають розробки довгострокових стратегій та механізмів забезпечення передумов економічного зростання вітчизняних підприємств готельного господарства, що й становить наукове завдання дослідження. У цих умовах актуальним є вивчення теоретичних та практичних засад підприємницької діяльності підприємств

готельного господарства з урахуванням галузевих особливостей, а також проблем, що перешкоджають її подальшому розвитку.

Правові засади розвитку підприємництва в Україні викладено у Господарському кодексі України. Згідно Господарського кодексу підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку (Господарський кодекс, 2003). Отже, до підприємництва відноситься й діяльність з тимчасового розміщування, що є об'єктом господарювання підприємств готельного господарства. Таким чином, можна сформулювати визначення *підприємництва у готельному бізнесі* як діяльності, пов'язаної з організацією готельного обслуговування споживачів, необхідної для задоволення потреб у тимчасовому розміщенні, харчуванні, дозволі та інших супутніх послугах для задоволення потреб гостей з метою отримання прибутку.

Підприємницька діяльність у готельному господарстві має наступні особливості, що визначаються головним чином специфікою готельних послуг, їх відмінністю від товару як такого:

- відокремленість попиту та пропозиції готельних послуг передбачає, що для споживання готельного продукту гості повинні особисто прибути у готель. Тому підприємницька діяльність у готельному бізнесі потребує ретельного попереднього планування;

- результатом діяльності з тимчасового розміщування є не матеріальний продукт, а пропозиція особливого виду послуг. Готель не може продемонструвати, а клієнт побачити чи вивчити послугу до її купівлі і надання. Це вимагає застосування заходів “матеріалізації” готельних послуг (розміщення фотографій функціональних зон номерів, панорам, що відкриваються з вікон номерів в рекламних буклетах та

Інтернет-сайті; детальний опис послуг поряд з їх зображенням; опис вигод потенційних клієнтів від послуг у разі їх замовлення (знижки, проведення визначних культурно-масових подій поряд з готелем і т.д.); залучення знаменитостей для реклами послуг готелю);

- здійснення підприємництва у готельному бізнесі зазвичай пов'язане з організацією надання додаткових послуг з метою збільшення доходів, у зв'язку з чим суб'єкти готельного господарства впроваджують у практичну діяльність різноманітні додаткові послуги, щоб забезпечити клієнтів умовами як для відпочинку, розумової праці, так і для задоволення особистих потреб (медичне обслуговування, прання, квитки на транспорт та розважальні заходи, виклик таксі, доставка замовлень, прасування одягу, чищення взуття та ін.).

- орієнтація готельного підприємництва на задоволення індивідуальних потреб клієнтів, що приводить до підвищення ефективності діяльності з тимчасового розміщування. З цією метою готелі пропонують різноманітні категорії номерів, проводять маркетингові дослідження змін у структурі потреб клієнтів та намагаються якомога більше задовольнити їх особисті вимоги.

- на підприємствах готельного господарства процеси надання і споживання послуг взаємопов'язані у часі та просторі, оскільки готельні послуги не підлягають накопиченню і зберіганню. Тому якщо попит на готельний продукт пред'явлений, то він не може бути відкладений і повинен бути задоволений у певний час. Це потребує від підприємців готельного бізнесу ретельного дослідження платоспроможного попиту споживачів та його динаміки протягом тижня та сезонів року;

- нерозривність процесів виробництва та споживання готельних послуг породжує проблему мінливості якості послуг, що вимагає підтримання їх стабільності. Послуги з обслуговування гостей невіддільні від працівників, що їх надають. З цієї причини в готелях

проводять навчання і контроль роботи персоналу, регулярно працюють зі скаргами, відгуками і пропозиціями клієнтів, забезпечують цілодобове чергування ремонтно-технічного персоналу, здійснюють запобіжні заходи (наприклад, використання генераторів для автономного енергозабезпечення на випадок аварійних відключень світла, автономне водо- та енергопостачання) тощо. Важливим напрямом підтримання постійної якості послуг готелю є застосування внутрішньофірмових стандартів обслуговування, що гарантують встановлений рівень якості певних операцій обслуговування (наприклад, кількість дзвінків, після яких потрібно відповісти на телефонний дзвінок, час прибирання номерів, тривалість часу обслуговування клієнтів при реєстрації тощо).

- ефективність готельного підприємництва значною мірою залежить від людського фактора в обслуговуванні клієнтів, уважності та тактовності працівників готелю, їх прагнення сприяти зростанню популярності свого підприємства. Звідси важливість не тільки процесу добору відповідного персоналу, але й запровадження внутрішньофірмової культури, філософії, певних норм моралі. Так, науковець Б. Карлоф (1989) підкреслює важливість роботи зі штатом працівників, висувачи серед компонентів системи надання послуг на перше місце персонал.

- вплив сезонності на результати підприємницької діяльності у готельному бізнесі, що виявляється у нерівномірності надання готельних послуг протягом тижня, року, у святкові дні. У зв'язку з цим підприємці вимушені розробляти відповідні маркетингові заходи стабілізації попиту на послуги, використовуючи знижки для стимулювання попиту споживачів (туристичних груп, школярів та студентів під час канікул тощо), заходи синхромаркетингу – диференціації цін залежно від обсягів попиту (дорожче – у період високого сезону і навпаки), а також

систему попереднього бронювання готельних послуг.

- неможливість відокремлення готельної послуги від джерела її надання, тобто від конкретного готелю. Послуги не можна зберігати для подальшого продажу. Якщо потужності певного готелю перевищують попит на них, то втрачається дохід, оскільки у випадку відсутності попиту номери готелю не можна перемістити в інше місце, де попит існує. З іншого боку, якщо попит перевищує пропозицію, то ситуацію теж не можна змінити. Якщо готель завоював високу репутацію і прагне збільшити обсяги своєї діяльності, то ефективним заходом може бути відкриття філій або нових підприємств під уже відомою фірмовою назвою (готельних ланцюгів).

- залежність ефективності готельного бізнесу від рентних переваг. Близькість окремих готелів до рекреаційних зон, транспортних сполучень, туристичних ресурсів регіону збільшує коло їх наявних та потенційних клієнтів, підвищуючи тим самим ефективність експлуатаційної діяльності.

- цілодобовий характер роботи підприємств готельного господарства. Постійна готовність до зустрічі та обслуговування гостей викликає необхідність одночасної присутності в готелі протягом доби адміністратора, порт'є, покоївок та інших працівників, що значною мірою зменшує ефективність використання праці персоналу. Збільшення ефективності експлуатаційної діяльності можна досягти шляхом ефективного використання робочої сили – застосування бригадної форми організації праці за принципом суміщення професій, автоматизації процесів реєстрації та виписки гостей.

- готельний бізнес потребує значних довгострокових капіталовкладень, що підвищує ризик здійснення інвестицій та окупність інвестованих коштів, що можливе лише після десяти років прибуткової експлуатації (Ощипок І. М., 2019). Отже, відкриття готелю вимагає ґрунтовних попередніх розрахунків,

діагностики та оцінки маркетингових можливостей майбутнього бізнесу.

- значні поточні постійні витрати готельних підприємств, зумовлені великою матеріально-технічною базою (включаючи зарплату операційного персоналу, штат якого залежить від місткості готелю). Змінні витрати підприємств готельного господарства, які не залежать від обсягів надання послуг (витрати на прання білизни, витрати води та електроенергії в номерах та ін.), навпаки, дуже низькі. Тому для забезпечення беззбиткової діяльності завантаженість готелів завжди повинна бути достатньо високою, щоб за рахунок отриманих доходів покрити не лише витрати, безпосередньо пов'язані з проживанням гостей, а й значні постійні витрати, що мають місце навіть за відсутності клієнтів. Отже, особливістю готельного підприємництва є не просто орієнтація на певну кількість клієнтів, а необхідність підтримання достатньо високого рівня завантаженості готелю.

Таким чином, підприємництво у готельному бізнесі сприяє забезпеченню попиту споживачів безпосередньо у послугах з тимчасового розміщування, харчування, дозвілля та інших супутніх послугах, у зв'язку з чим підприємства даної сфери діяльності виконують взаємопов'язані функції з виробництва, реалізації готельних продуктів та організації готельного обслуговування з метою задоволення потреб споживачів у розміщенні та відпочинку, а також з отримання прибутку.

Структура готельного господарства передбачає співіснування різних за розмірами підприємств, об'єктивною основою яких є форми організації діяльності з тимчасового розміщування. Підприємницька діяльність здійснюється у різних масштабах, суб'єкти підприємницької діяльності поділяються на малі, середні та великі. Різні за розміром підприємства взаємодоповнюють одне одного, тому сприятливі умови для розвитку різних за обсягами діяльності підприємств дають гарні результати на загальногалузевому рівні. Економіка

багатьох західних країн базується на великих організаційно-господарських структурах, які забезпечують її стабільність і створюють потенціал для великомасштабної реалізації інновацій, та на підприємствах малого бізнесу, що сприяють гнучкості операційної діяльності та індивідуалізації обслуговування споживачів, створенню конкурентного середовища, що приводить до прогресивного розвитку галузі та економіки в цілому.

У нормативних актах України застосовують два основних критерії класифікації підприємств за розміром: кількість працюючих та обсяг доходу від

реалізації послуг (товарів). Аналізуючи розвиток підприємництва на ринку готельних послуг в Україні, слід зазначити, що підприємства-суб'єкти готельного бізнесу у своїй переважній більшості – малі. Згідно даних Держкомстату частка малих підприємств серед загальної кількості підприємств готельного господарства у 2023 р. складала 99,0%. Натомість питома вага середніх засобів розміщування за останній рік становила 0,98%, а частка великих підприємств готельного господарства серед зареєстрованих суб'єктів готельного бізнесу в Україні – всього 0,02% (табл.1).

Таблиця 1

**Зміни у структурі підприємств за видом діяльності
«55 Тимчасове розміщування» за розміром в Україні**

Роки	Підприємства з тимчасового розміщування									
	Великі		Середні		Малі		Мікропідприємства		Всього	
	Од.	Питома вага, %	Од.	Питома вага, %	Од.	Питома вага, %	Од.	Питома вага, %	Од.	Питома вага, %
2010	2	0,02	188	1,86	9923	98,12	9249	91,46	10113	100,00
2011	1	0,01	195	2,02	9468	97,97	8668	89,69	9664	100,00
2012	1	0,01	203	3,01	6530	96,97	5935	88,13	6734	100,00
2013	0	0,00	186	2,20	8279	97,80	7689	90,83	8465	100,00
2014	0	0,00	119	1,47	7987	98,53	7558	93,24	8106	100,00
2015	0	0,00	103	1,28	7952	98,72	7559	93,84	8055	100,00
2016	0	0,00	97	1,29	7423	98,71	7007	93,18	7520	100,00
2017	1	0,01	101	1,32	7526	98,66	7074	92,74	7628	100,00
2018	1	0,01	101	1,23	8101	98,76	7548	92,02	8203	100,00
2019	1	0,01	109	1,23	8728	98,76	8209	92,88	8838	100,00
2020	0	0,00	98	1,16	8321	98,84	7916	94,03	8419	100,00
2021	0	0,00	89	1,10	8038	98,90	7632	93,91	8127	100,00
2022	0	0,00	72	1,15	6203	98,85	5947	94,77	6275	100,00

Продовження Таблиці 1

2023	1	0,02	66	0,98	6662	99,00	6406	95,20	6729	100,00
Абс. відхилення за 2010-2023 рр., ±	-1	0,00	-122	-0,88	-3261	0,88	-2843	3,74	-3384	0,00
Відн. відхилення за 2010-2023 рр., %	-50,00	0,00	-64,89	-47,24	-32,86	0,90	-30,74	4,09	-33,46	0,00

Джерело: розраховано авторами за даними Державної служби статистики України (2024)

Загальна кількість підприємств готельного господарства в Україні упродовж 2010-2023 рр. скоротилася на 3384 од. (від 10113 од. у 2010 р. до 6729 од. у 2023 р.), або на 33,46% при одночасному зменшенню за цей період питомої ваги малих готелів (на 32,86%), середніх (на 64,89%) та великих суб'єктів готельного бізнесу (на 50%). Аналізуючи дані табл. 1 слід відзначити, що за цей період кількість підприємств готельного господарства змінювалась нерівномірно. Так, вплив пандемії COVID-19 (2019-2021 рр.) призвів до скорочення кількості підприємств готельного господарства за цей період майже на 20% порівняно з 2010 р., а з початком повномасштабного вторгнення росії їх динаміка зазнала катастрофічного спаду (до 6275 од. у 2022 р. або на 22,8% порівняно з попереднім роком). Отже, підприємства готельного господарства України у певні кризові періоди відчували на собі тягар економічної, політичної нестабільності бізнес-середовища та агресивних військових дій в країні.

На фоні скорочення загальної кількості суб'єктів підприємницької діяльності у сфері послуг з тимчасового розміщування за 2010-2023 рр. кількість малих підприємств за цей період мала тенденцію до зменшення (від 9923 од. у 2010 р. до 6662 од. у 2023 р., або на 32,86%) Чисельність середніх підприємств готельного бізнесу за досліджувані роки

скорочувалася ще більшими темпами – від 188 од. у 2010 р. до 66 од. у 2023 р., або на 64,89% при одночасному зменшенні кількості великих підприємств.

Зауважимо, що серед малих підприємств готельного господарства переважали мікропідприємства з середньою кількістю працівників, що не перевищувала 10 осіб за рік, а річний дохід від реалізації послуг становив не більше суми, еквівалентної 2 мільйонам євро (Господарський кодекс, 2025). Частка мікропідприємств за 2010-2023 роки на ринку послуг з тимчасового розміщування України зменшилася, незважаючи на її зростання у структурі від 91,46% у 2010 р. до 95,2%. у 2023 р. Таку динаміку можна пояснити тим, що підприємства готельного господарства у певні кризові періоди стикалися з проблемами, пов'язаними зі зменшенням рівня ділової активності, уповільненням темпів економічного розвитку, падінням споживчого попиту, спричиненого скороченням реальних доходів населення тощо.

Специфічною рисою сучасного розвитку підприємництва у готельному бізнесі України є формування за роки ринкових відносин сегменту фізичних осіб-підприємців, що здійснювали діяльність з тимчасового розміщування самостійно на власний ризик з метою отримання прибутку: їх кількість у 2023 р. налічувала 5370 од. і скоротилася порівняно з 2010 р. (8372 од.) на 3002 од., або 35,85% (рис.1).

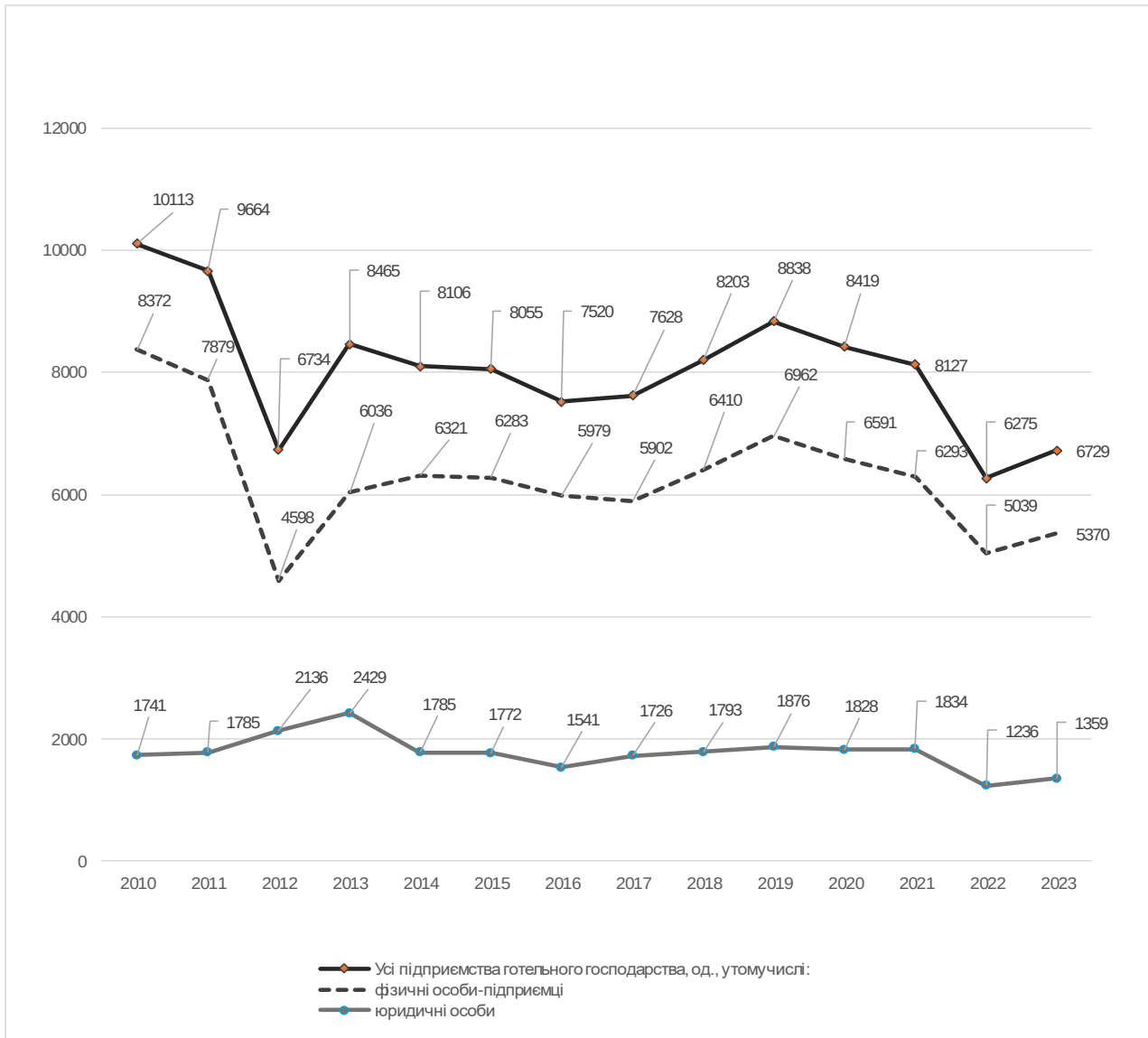


Рис. 1. Динаміка змін у кількості суб'єктів готельного підприємництва в Україні
Джерело: складено авторами за даними Державної служби статистики України (2024)

У складі вітчизняних підприємств за видом діяльності «55. Тимчасове розміщування» (за КВЕД-2010) найбільша частка належала підприємствам різновиду економічної діяльності «55.1 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування» – 66,5% (4475 од.) у 2023 р. і лише 29,22% (1966 од.) припадало на засоби розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання,

0,51% (34 од.) – кемпінги та стоянки для житлових автофургонів і причепів, а 3,77% (254 од.) – на інші засоби тимчасового розміщування (табл. 2).

Частка підприємств, що займалися різновидом економічної діяльності «55.1 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування» у структурі суб'єктів підприємництва у готельному бізнесі в Україні щорічно зростала – від 41,62% у 2010 р. до 66,5% у 2023 р. (табл. 2).

Таблиця 2

Структура підприємств за видом діяльності «55 Тимчасове розміщування» в Україні у 2010-2023 р.

Роки	Підприємства за видом діяльності 55 «тимчасове розміщування»									
	Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування		Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання		Надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів і причепів		Діяльність інших засобів тимчасового розміщування		Разом	
	кількість, од.	питома вага, %	кількість, од.	питома вага, %	кількість, од.	питома вага, %	кількість, од.	питома вага, %	кількість, од.	питома вага, %
2010	4209	41,62	5032	49,76	82	0,81	790	7,81	10113	100,0
2011	4067	42,08	4745	49,10	79	0,82	773	8,00	9664	100,0
2012	3010	44,70	3141	46,64	66	0,98	517	7,68	6734	100,0
2013	3788	44,75	3919	46,30	86	1,02	672	7,94	8465	100,0
2014	4081	50,35	3382	41,72	72	0,89	571	7,04	8106	100,0
2015	4035	50,09	3453	42,87	74	0,92	493	6,12	8055	100,0
2016	4104	54,57	2762	36,73	64	0,85	590	7,85	7520	100,0
2017	4432	58,10	2636	34,56	59	0,77	501	6,57	7628	100,0
2018	4985	60,77	2698	32,89	55	0,67	465	5,67	8203	100,0
2019	5451	61,68	2858	32,34	56	0,63	473	5,35	8838	100,0
2020	5125	60,87	2845	33,79	51	0,61	398	4,73	8419	100,0
2021	4903	60,33	2805	34,51	48	0,59	371	4,57	8127	100,0
2022	4082	65,05	1905	30,36	30	0,48	258	4,11	6275	100,0
2023	4475	66,50	1966	29,22	34	0,51	254	3,77	6729	100,0

Джерело: розраховано авторами за даними Державної служби статистики України (2024)

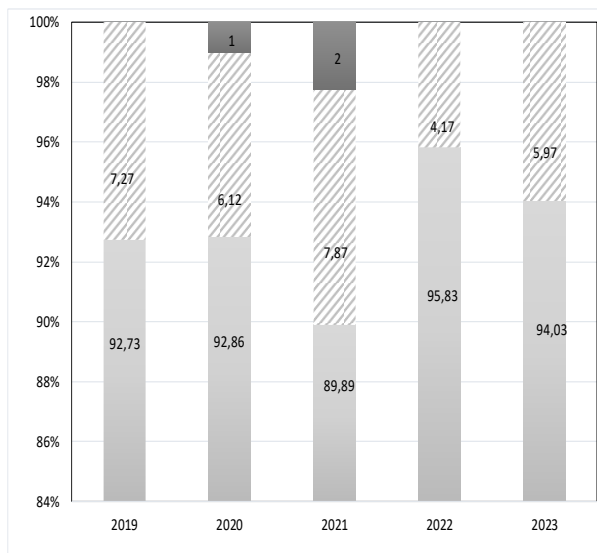
Протягом досліджуваного періоду багато вітчизняних підприємств готельного господарства, намагаючись зміцнити свої

конкурентні позиції на ринку, вдавалися до різних маркетингових заходів та інших заходів нецінової конкуренції, що особливо

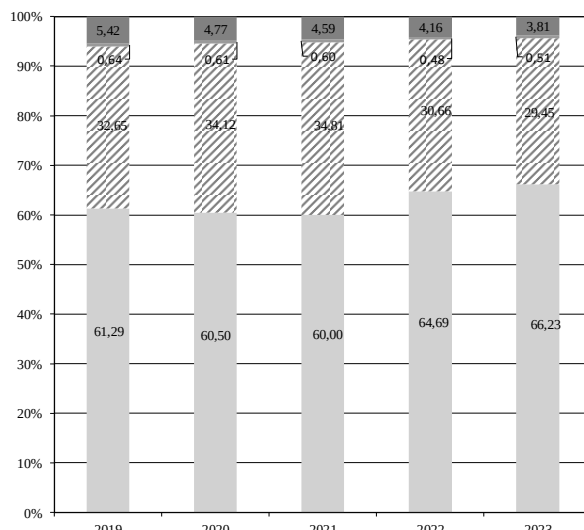
чітко простежувалося у сегменті готелів і подібних засобів тимчасового розміщування. Застосування сучасних маркетингових інструментів забезпечило їм достатньо стійкі конкурентні переваги та, як наслідок, змогу ефективно функціонувати на ринку (особливо, якщо такі підприємства були орієнтовані на демократичну цінову політику). Саме цим, зокрема, можна пояснити стабільні темпи зростання частки

готелів в загальній структурі засобів розміщування протягом 2013–2019 та 2022–2023 рр.

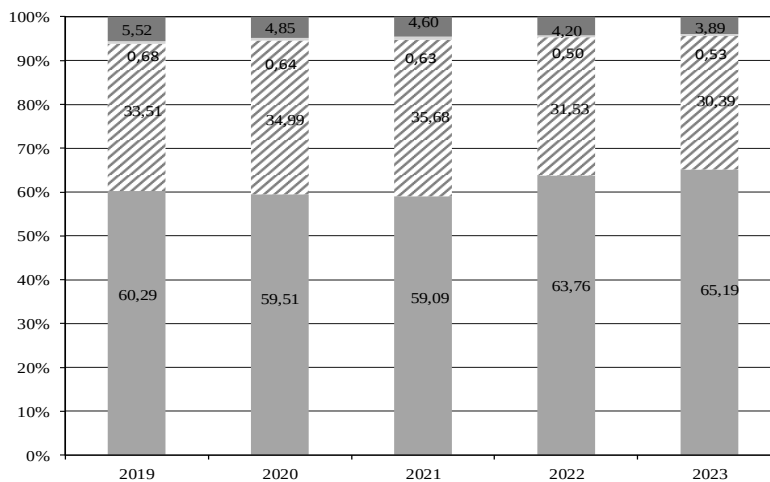
Серед великих і середніх підприємств готельного господарства частка різновиду діяльності 55.1 сягнула у 2023 р. 94%, що обумовлено специфікою організації процесів обслуговування споживачів (рис. 2).



а) великі і середні підприємства



б) малі підприємства



- 55.9. діяльність інших засобів тимчасового розміщування
- 55.3. надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів і причепів
- ▨ 55.2. діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання
- 55.1 діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування

в) мікропідприємства

Рис. 2. Структура суб'єктів підприємницької діяльності за різновидами економічної діяльності з тимчасового розміщування в Україні

Джерело: складено авторами за даними Державної служби статистики України (2024)

На другому місці за значимістю для підприємств готельного господарства – різновид економічної діяльності «55.2 Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання», що становив у структурі видів економічної діяльності підприємств готельного бізнесу у 2023 р. 32,34%.

Малі та мікропідприємства готельного господарства займалися також різновидом економічної діяльності «55.3 Надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів і причепів» (частка яких у 2023 р. складала відповідно 0,51% та 0,53%).

Різновид економічної діяльності «55.4 Діяльність інших засобів тимчасового

розміщування» теж був не досить поширений за досліджуваний період і у 2023 р. його частка становила для малих підприємств – 3,81%, для мікропідприємств – 3,89%, а в діяльності великих і середніх підприємств мала місце тільки у 2020-2021 рр., і складала відповідно 1,02% та 2,25%.

За даними Державної служби статистики України обсяг реалізації послуг підприємств готельного господарства впродовж 2010-2023 рр. зростав як у фактичних цінах (від 5935,1 млн. грн. у 2010 р. до 11170 млн. грн. у 2023 р. або у 1,9 разів), так і порівняних цінах, що свідчить про збільшення попиту населення на послуги цих підприємств та фактичної ємності ринку (рис 3).

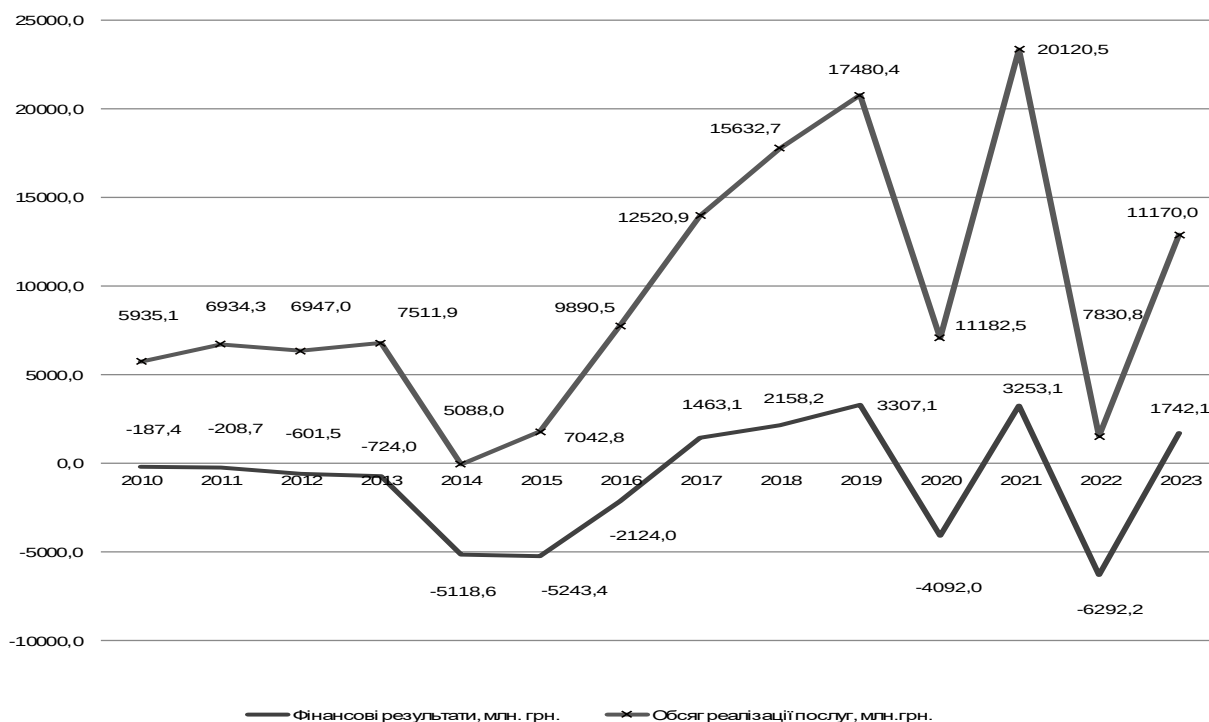


Рис. 3. Динаміка обсягів реалізації послуг та фінансових результатів підприємств готельного господарства в Україні

Джерело: складено авторами за даними Державної служби статистики України (2024)

Виключення складає скорочення обсягів реалізації послуг у 2014-2015 рр. (на 32,3%), пов'язане з економічною кризою в Україні, військовим конфліктом на Сході та анексією Криму з боку Росії, у 2020 р. (на 36,0%) – із запровадженням локдауну і закриттям кордонів у зв'язку з пандемією COVID-19, а у 2022 р. (на 61,1%) у зв'язку із розгортанням повномасштабної війни з

боку Росії. Цей вплив посилювався скороченням попиту вітчизняних потенційних споживачів передусім через невисокі доходи, міграцію місцевого населення та окупацією територій на Сході та Півдні України.

Аналізуючи рис. 3 слід відзначити, що впродовж 2010-2016 рр. підприємства готельного господарства України

працювали збитково: фінансовий результат їх звичайної діяльності зменшився від -187,4 млн. грн. у 2010 р. до -2124 млн. грн. у 2016 р. Протягом 2017-2019 рр. ситуація стабілізувалася і підприємства за підсумками звичайної діяльності, пов'язаної із тимчасовим розміщенням, отримали у загальному підсумку позитивний фінансовий результат до оподаткування, що склав у 2017 р. 1463,1 млн. грн., у 2018 р. – 2158,2 млн. грн., 2019 р. – 3307,1 млн. грн. Це свідчить про скорочення кількості збиткових підприємств за вказаний період, покращення загального управління засобами розміщення і умов ведення готельного бізнесу на окремих сегментах ринку. Однак у 2020 р. ситуація погіршилася і засоби розміщення України знову зазнали збитків, – сума негативного фінансового результату становила -4092 млн. грн. Зростання цін на експлуатаційні матеріали, енергоносії та збільшення інших витрат обумовили збільшення поточних витрат та необхідність підвищення цін на послуги розміщення, що призвело до зменшення доходної ставки на 1 гостя, споживачі стали більш економними. 2022 р. теж був несприятливим для підприємств готельного господарства у зв'язку з початком війни з росією, в результаті збитки склали -6292,2 млн. грн. Але у 2023 р. ситуація стабілізувалась і підприємства почали працювати прибутково і отримали позитивний фінансовий результат на суму 1742,1 млн. грн. Отже, незважаючи на погіршення результатів діяльності із тимчасового розміщення у 2020 та 2022 рр., у 2023 р. зросла частка підприємств, що працювали прибутково.

Готельний бізнес в Україні стикається з певними проблемами, зокрема: політична нестабільність, втягнення країни до військового конфлікту, руйнування готельної інфраструктури на прифронтових територіях, недосконалість законодавчої бази, зниження рівня безпеки туристів, підвищення собівартості послуг, скорочення платоспроможного попиту на готельні послуги, падіння реальних доходів

населення, дефіцит кваліфікованих кадрів, обмеженість асортименту послуг.

Задля вирішення зазначених проблем необхідно забезпечити міцну підтримку держави суб'єктів малого готельного бізнесу, розробку й впровадження прогресивних методів та стандартів готельного обслуговування, підвищення ефективності використання ресурсів, оновлення матеріально-технічної бази готельного господарства. Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку готельного підприємництва повинні стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання країни. Першочерговими завданнями підприємств готельного господарства повинні стати забезпечення стабільної діяльності та недопущення втрати клієнтів.

Стратегічно перспективним для підприємств готельного бізнесу є пошук та реалізація управлінських рішень щодо інноваційних змін, що дозволить їм оптимізувати витрати ресурсів (передусім, фінансових) та з максимальною ефективністю використовувати наявні потужності, розвивати конкурентні переваги, спрямовані на забезпечення фактороощадності у процесі здійснення діяльності із тимчасового розміщення.

Умовами сталого розвитку готельного бізнесу можуть стати: розроблення національних стандартів готельного обслуговування відповідно до міжнародних вимог; підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств готельного господарства шляхом розширення їх номенклатури, використання нових методів обслуговування споживачів; концентрація ресурсів на пріоритетних напрямках розвитку готельного бізнесу; підвищення рівня комфортності обслуговування шляхом реконструкції матеріально-технічної бази тощо.

Висновки. За результатами досліджень можна зробити висновок, що активізація готельного підприємництва може здійснити позитивний вплив на розвиток готельного господарства. Це

можливе за рахунок врахування особливостей готельного підприємництва та за умов ефективного державного регулювання його розвитку.

Підприємства готельного бізнесу України представлені більшістю малих підприємств (99,0%), які функціонують в умовах, що постійно змінюються. Негативна динаміка фінансових результатів діяльності готельного господарства за період 2010-2016 рр., 2020 та 2022 рр. стала наслідком впливу війни та кризових явищ, зменшення платоспроможного попиту місцевих споживачів у країні, міграції населення, окупації територій та ін.

Література:

1. Варналій, З. С. (2002) Основи підприємницької діяльності: *навч. посібник*. К.: Знання-прес. 239 с.
2. Гаврилюк, С. П. & Литвинова Т.С. (2022) Особливості розвитку підприємництва у ресторанному бізнесі. *Вчені записки Університету «КРОК»*, (1(65), 9–18. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-65-9-18>
3. Григорук, А.А., Палюх, М.С., Литвин, Л.М. & Литвінова Т.Д. (2002) Основи економічної теорії : політекономічний аспект. Тернопіль. 304.
4. Паустовська, Т.І. (2017) Історико-економічний шлях підприємництва. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 20, 12-17.
5. Верховна рада України (2003), Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. Отримано 18 березня 2025 з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
6. Ощипок, І. М. (2019). Перспектива інвестиційної діяльності у готельному бізнесі України. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету: Економічні науки*. Вип. 57, 26-32.
7. Держ. служба статистики України (2024). Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва у 2023 р.: *стат. збірник*. Київ, Держкомстат України, 120. Отримано 18 березня 2025 з <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Karlöf, B. (1989). *Business strategy*. The Macmillan press LTD, 1st edition, 166.

Для подолання негативних тенденцій у розвитку готельного підприємництва важливим є розробка й впровадження прогресивних методів та стандартів готельного обслуговування, посилення маркетингового компонента у діяльності із тимчасового розміщування, підвищення ефективності використання ресурсів підприємств готельного господарства. Від уміння впроваджувати сучасні підприємницькі технології залежить міра досягнення суб'єктами готельного бізнесу мети їхньої діяльності і високих фінансових результатів.