

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Давиденко І.В.

/підпис/

“ ____ ” _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи»
(назва освітньої програми)

на тему: **« СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В РЕГІОНІ
(НА ПРИКЛАДІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ)»**

Виконавець

студентка центру заочної форми навчання

Довбиш Дар'я Анатоліївна _____

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Бедрадіна Ганна Костянтинівна _____

/підпис/

ЗМІСТ

ВСТУП	стор. 3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	6
1.1. Готельне господарство як складова сфери гостинності країни	6
1.2. Теоретичне підґрунтя для визначення соціально-економічних чинників розвитку підприємств готельного господарства	14
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАКАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	20
2.1. Передумови розвитку готельного господарства в Закарпатській області	20
2.2. Діагностика функціонування готельного господарства в досліджуваному регіоні	27
2.3. Аналіз впливу соціально-економічних чинників на розвиток підприємств готельного господарства Закарпатської області	35
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАКАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ	42
3.1. Тенденції розвитку готельного господарства Закарпатської області в сучасних умовах	42
3.2. Пропозиції щодо розробки конкурентної стратегії розвитку готельного господарства Закарпатської області	47
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	66

ВСТУП

Актуальність роботи. У сучасних умовах господарювання, які відзначаються нестабільністю політичних, економічних, соціально-демографічних та інших процесів, ефективність розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу на пряму залежить від якості менеджменту, тобто можливості підприємства використовувати сучасні методи дослідження, аналізу, контролю та прогнозування конкурентної середовища. Соціально-економічні чинники є однією зі складових стратегічного та тактичного планування діяльності підприємств, які впливають на розвиток суб'єктів господарювання та в свою чергу підприємства можуть також впливати на ці чинники шляхом формування та удосконалення програм тактичних дій і налаштування ефективних комунікацій.

Актуальність аналізу соціально-економічних чинників які безпосередньо впливають на розвитку підприємств сфери гостинності зумовлена тим, що даний вид економічної діяльності в силу своїх особливостей значною мірою залежить від специфіки оточуючого середовища. Забезпечення стабільності, конкурентоспроможності, розвитку підприємств сфери гостинності не можливо без урахування цілого комплексу факторів, а саме: якісного інформаційного забезпечення, впровадження сучасних рішень направлених на адаптацію підприємства до мінливого попиту, коливань у конкурентному середовищі, урахування інших галузевих особливостей. Діагностика соціально-економічних чинників які впливають на розвиток підприємств сфери гостинності є необхідною передумовою для прийняття тактичних та стратегічних рішень для поліпшення розвитку галузі в цілому, саме це і обумовлює актуальність нашого дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є діагностика соціально-економічних чинників розвитку підприємств готельного господарства в Закарпатській області.

Для досягнення поставленої мети вирішуються наступні завдання:

- надати визначення готельного господарства як складової сфери гостинності країни;

- дослідити наукові підходи визначення соціально-економічних чинників розвитку підприємств готельного господарства;
- проаналізувати передумови розвитку готельного господарства в Закарпатській області;
- дослідити функціонування готельного господарства в досліджуваному регіоні;
- зробити діагностику впливу соціально-економічних чинників на розвиток підприємств готельного господарства Закарпатської області;
- визначити тенденції розвитку готельного господарства Закарпатської області в сучасних умовах;
- надати пропозиції щодо розробки конкурентної стратегії розвитку готельного господарства Закарпатської області.

Об'єктом дослідження є соціально-економічні чинники розвитку підприємств готельного господарства регіону.

Предметом дослідження є діагностика соціально-економічних чинників розвитку підприємств готельного господарства в Закарпатській області.

Теоретичною і методологічною основою дослідження є праці зарубіжних та українських вчених, які присвячені дослідженню проблем розвитку сфери гостинності на національному та регіональному ринку, а саме Бейдик О.О, Бедрадіної Г.К., Гоблика В. В., Давиденко І.В., Галасюк С.С., Герасименко В.Г, Завідної Л.Д., Ковальчук Т. Г., Любіцевої О.О., Мацоли В.І., Мельникової О.О., Нездоймінова С.Г., Шикіної О.В. та інших.

Методи дослідження. Для досягнення мети та виконання завдань були використані такі методи та підходи: системний підхід – до оцінювання рівня розвитку підприємств готельного господарства регіону; методи аналізу, синтезу, індукції, дедукції, узагальнення – для обґрунтування сутності теоретичних понять, що використовуються у науковому аналізі й описують соціально-економічні чинники, графічний – для відображення стану розвитку галузі гостинності в регіоні.

Інформаційна база дослідження. Дослідження по темі кваліфікаційної роботи проводилися за допомогою літературних джерел, матеріалів офіційних сайтів державних установ, напрацювань фахівців з даної тематики, законодавчих та

нормативних актів України, праць вітчизняних та зарубіжних науковців, власних спостережень, матеріалів мережі Інтернет.

Публікації та апробація результатів дослідження. Окремі результати дослідження були представлені у

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 71 сторінка. Робота містить 6 таблиць та 6 малюнків. Список використаних джерел включає 50 найменувань і викладений на 5 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Готельне господарство як складова сфери гостинності країни

В реаліях сьогодення одним із головних напрямів соціально-економічної діяльності суспільства визначають сферу гостинності, яка без перебільшення є феноменом XXI століття. Саме завдяки динамічності та прибутковості сфера гостинності приваблює все більше і більше підприємців, що в свою чергу сприяє створенню нових робочих місць, пошуку нових моделей підвищення конкурентоспроможності підприємств на міжнародному рівні, створенню та просуванню туристичного бренду країни на світовому ринку послуг та підвищенню рівня національної економіки в цілому.

Поняття «гостинність» вживається людством зі стародавніх часів і має латинське коріння, а саме з латинської мови «*hospitium*». В основі цього терміну в перекладі з англійської мови лежить слово «*host*» (хазяїн), «*hospice*» (притулок), «*hotel*» (палац або будинок палацового типу, призначений для перебування в ньому важливих гостей) [1, с.208-210]. Офіційно термін «гостинність» був запроваджений експертами конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів (ХОТРЕК) у Європейському економічному співтоваристві (ЄЕС) у 1982 році [2, с.15-23].

Дефініція «гостинність» має низку наукових підходів та трактувань. Так Уокер Дж. Р. визначає гостинність наступним чином: «Гостинність – це одне з фундаментальних понять людської цивілізації – уже давно перетворилося на індустрію, у якій зайнято не один мільйон професіоналів. Індустрія гостинності об'єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад. Головна відмінність гостинності від інших сфер бізнесу полягає в тому, що основна мета гостинності – задоволення запитів гостей» [3, с.72-74].

Згідно з тлумачним словником Вебстера, «індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається із таких видів обслуговування, які ґрунтуються на

принципах гостинності і характеризуються щедрістю та доброзичливістю у ставленні до гостей» [4, с.21-26].

Український науковець Сало Я.М. визначає: «Гостинність – це одне з багатьох понять про цивілізацію. Завдяки сильному і постійному прогресу, це поняття, за участі великого потоку часу, перетворилося на одну із найпотужніших індустрій ХХІ ст., у якій працюють й розвиваються мільярди людей. Вони створюють величезне й безперервне споживання послуг» [5, с.34-37].

Смолій В., Федорченко В., Цибух В. узагальнюють поняття наступним чином: «Гостинність – це найважливіша споживча властивість туристського продукту: вміння дати відчутти клієнтові, що йому раді, з гідністю продемонструвати йому свою повагу, надати люб’язність» [6, с.65-69].

Спираючись на вище наведенні визначення, можливо стверджувати, що гостинність в широкому розумінні – це комплекс заходів та послуг які створюють позитивний імідж підприємства та направлені на всебічне задоволення потреб споживачів.

До складових сфери гостинності можна віднести:

- ❖ готельне господарство (готельний бізнес), яке включає різні види готельних підприємств (готелі, мотелі, кемпінги та ін.), які можуть відрізнятися між собою за формою власності, локаціями, кількістю койко-місць та багато іншими критеріями;
- ❖ ресторанний бізнес (мережі ресторанів, кафе, заклади швидкого харчування та інші заклади громадського харчування);
- ❖ туристичний бізнес (туристичні компанії-оператори, агентські компанії, франчайзингові мережі);
- ❖ транспортні підприємства (аеропорти, залізниці, автобуси, автомобілі та ін.);
- ❖ медичні заклади;
- ❖ спортивні споруди (спортивні комплекси, басейни, тренажерні зали), які дозволяють підтримувати гарну фізичну форму людини;

- ❖ соціально-культурні заклади (музеї, виставкові центри, театри, концертні зали, бібліотеки та ін.), які направлені на задоволенням духовних потреб людини (Рис. 1.1) [7, с.89-92].

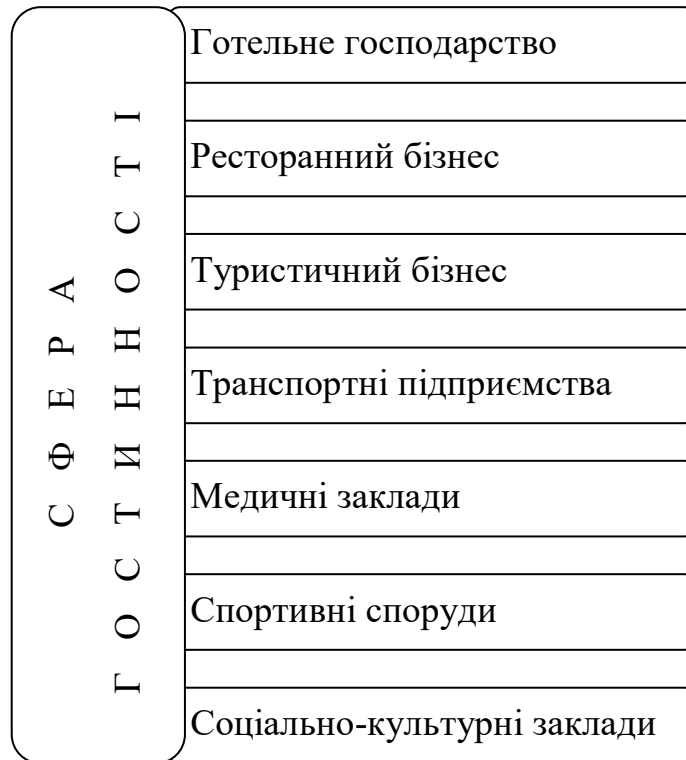


Рис. 1.1. Складові сфери гостинності

(Джерело: складено автором на основі [7, с.89-92])

Можливо виділити наступні напрями розвитку світової індустрії гостинності, які представлені на рис.1.2:

- ❖ диверсифікація послуг готельного бізнесу;
- ❖ збільшення доступності послуг, спрямованість на масового споживача;
- ❖ орієнтування на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак;
- ❖ розвиток нових видів туризму;
- ❖ поширення безпекових заходів;
- ❖ всебічна орієнтація на потреби споживача;
- ❖ впровадження нових засобів комунікації та інноваційних технологій.



Рис. 1.2. Напрями розвитку світової індустрії гостинності

(Джерело: складено автором на основі [8])

Важливими показниками розвитку сфери індустрії гостинності є рівень інвестицій та капіталовкладень, конкурентоспроможність підприємств на міжнародному ринку послуг, ступінь використання інноваційних технологій в процесі обслуговування споживачів, наявність матеріально-технічної бази та інфраструктури для забезпечення нормального функціонування закладів гостинності, наявність висококваліфікованих кадрів. Кожен з цих показників потребує вдосконалення, доведення якості до міжнародних стандартів, а також впровадження нових видів та форм обслуговування.

Важливою складовою сфери гостинності є готельне господарство. Існує багато тлумачень терміну «готельне господарство», в середині XX століття під цим терміном розуміли господарську діяльність, яка виробляла та надавала платні послуги з розміщення. Завдяки збільшенню вимог споживачів та бажанню готельних підприємств виграти в конкурентній боротьбі спектр послуг починає розширюватися і по-перше за рахунок пропозицій споживання їжі та напоїв.

Автори М. П. Мальська та І. Г. Пандяк зміст понять “готельна справа”, “готельний бізнес”, “готельна індустрія” пов’язують з економічною діяльністю спеціалізованих підприємств, що пропонують на комерційній основі власні послуги і забезпечують клієнтам, які подорожують, необхідні умови для розміщення і харчування [9 с.86-94]. У широкому розумінні під готельним господарством слід розуміти складову індустрії гостинності, яка передбачає проживання, харчування та інші додаткові послуги.

В.М. Зайцева визначає готельний бізнес як «економічну діяльність спеціалізованих підприємств, що пропонують на комерційній основі власні послуги і забезпечують клієнтам, які подорожують, необхідні умови для розміщення та харчування» [10, с.13-18].

О.О. Лупич пропонує таке тлумачення терміну «готельне господарство» – «комплекс усіх необхідних умов для приїжджих для проживання та відпочинку, забезпечення всебічного їх обслуговування на короткотривалий період часу всім необхідним: від нічлігу – до харчування, від інформації про дислокацію – до проведення масштабних конференцій тощо» [11].

Відповідно до Державного класифікатора України, “діяльність готелів і ресторанів” передбачає два види діяльності – надання місць для тимчасового, переважно короткотермінового, проживання та надання готових страв і напоїв (алкогольних і безалкогольних) для споживання на місці [12]. Визначною дефініцією для розуміння готельної діяльності виступає готель. Відповідно до Закону України “Про туризм” «Готель – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов’язковим обслуговуванням» [13].

За визначенням ВТО, що носить рекомендаційний характер: «Засіб розміщення – це будь-який об’єкт, який регулярно або епізодично надає туристам місця для ночівлі» [14].

Згідно з Національним стандартом України ДСТУ 4269:2003 „Послуги туристичні. Класифікація готелів”, під готелем розуміють «підприємство будь-якої

організаційно правової форми та форми власності, що надає готельні послуги, не обмежені щоденним заправлянням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів» [15].

Посилаючись на рекомендації ВТО можливо зробити певну класифікацію засобів розміщення, яка представлено на рисунку 1.3.

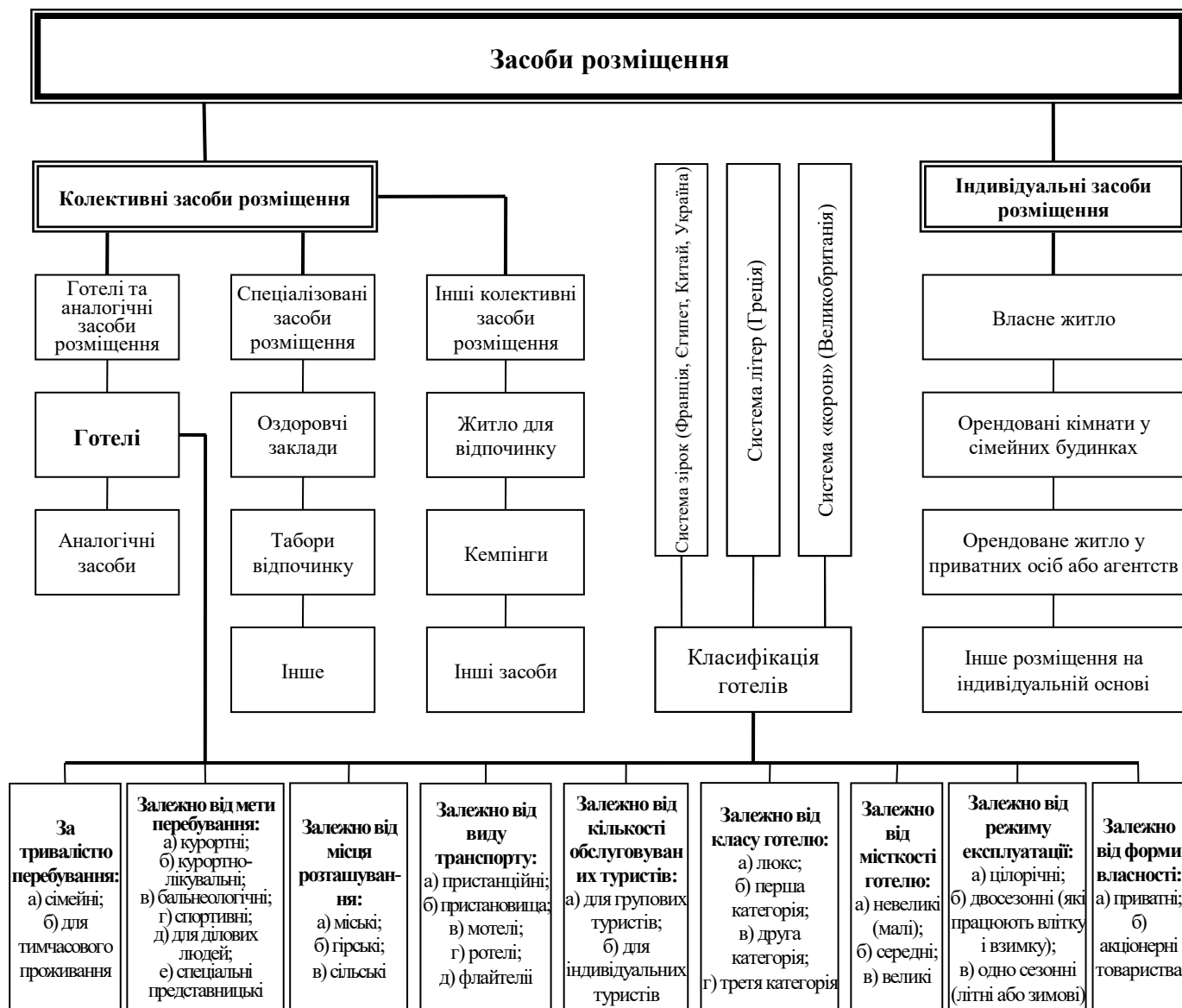


Рис. 1.3. Класифікація засобів розміщення за рекомендаціями ВТО

(Джерело: складено автором на основі[14])

Сучасні підприємства готельного господарства в Україні надають споживачам не тільки послуги розміщення, а й багато додаткових послуг: харчування, побутові послуги, транспортні, розважальні, послуги зв'язку тощо. Таким чином готельні

підприємства у складі індустрії гостинності виконують провідну функцію, пропонуючи споживачам комплексний готельний продукт.

Готельне господарство України орієнтовано на надання послуг розміщення та додаткових послуг, що і формує саме комплексний готельний продукт, рівень споживання якого залежить від руху зовнішніх та внутрішніх туристичних потоків, ділової активності та безпеки в країні.

Пандемія «COVID-19», а потім повномасштабна війна негативно вплинула на стан готельного господарства в Україні. Багато підприємств готельного бізнесу було зачинено під час пандемії і на жаль не змогли відновити свою роботу, з початком війни на території України сталося в край не визначена ситуація в галузі туризму в цілому, але багато підприємств готельного господарства, особливо в західних регіонах нашої країни почали працювати та приймати тим часово переміщених осіб з територій на яких відбувалися бойові дії або які були тим часово окуповані ворогом. Багато готельних підприємств, особливо на сході та півдні було зруйновано. Починаючи з осені 2022 року готельний бізнес України починає відновлювати свою роботу, і по- перше в безпечних регіонах країни. Готельні підприємства орієнтуються в першу чергу на внутрішнього туристи і по – друге на гостей із-за кордону, які відвідують країну з метою допомоги нашій країні, проведення різних бізнес- заходів, журналістської діяльності і т.п.. Але як науковці так і практики-фахівці розуміють, що готельна індустрія має велике значення для подальшого розвитку економіки України, оскільки може слугувати каталізатором економічного зростання, залучаючи у бюджет країни значні кошти від зовнішніх туристичних потоків[16] Готельне господарство, як елемент сфери гостинності є однією з важливих складових міжнародних відносин, оскільки не лише залучає у державний бюджет значні кошти, а й створює імідж країни.

В свою чергу зараз спостерігається недостатня кількість готельних підприємств в усіх регіонах країни, також недосконалою залишається їхня структура та якість обслуговування, повна або часткова відсутність інноваційних рішень обмежують задоволення потреб споживачів у готельних послугах. Зараз в край необхідно приділяти увагу саме тим регіонам які знаходяться в відносній безпеці і

відповідно досвід готельних підприємств які змогли знайти сучасні рішення в кризових умовах стане у нагоді для розвитку готельного господарства в цілому. Готельний бізнес знаходиться у пошуку дієвих інструментів оптимізації управлінських рішень, підвищення якості обслуговування і тим самим збільшення конкурентоспроможності вітчизняних готелів, удосконалення організаційно-економічних механізмів, які враховуватимуть позитивний антикризовий досвід розвитку готельних підприємств різних регіонів України, так і зарубіжних країн [17, с.182-186]

Досвід розвинених країн світу доводить, що саме там, де сфера гостинності посідає важливе місце у структурі економіки країни, збільшується конкуренція, пропозиція випереджає попит і відповідно готельне господарство виходить на новий якісний рівень[18]. Завдяки поліпшенню рівня сфери гостинності та , як його складової готельного господарства, з'являються нові заклади розміщення туристів.

Міжнародним досвідом доведено, що єдиної класифікації готельних підприємств не існує, в зв'язку з національними особливостями окремих регіонів та країн, такими, як: національні традиції, культурно-історична спадщина, відмінності у критеріях зірності та ін.. Готельні господарства різних країн світу безумовно враховують типову класифікацію закладів розміщення, яка пропонується Всесвітньою туристичною організацією (Рис.1.3), але з часом з'являються нові види та форми діяльності в готельному бізнесі, що робить спробу уніфікації характеристик засобів розміщення доволі умовною. Але визначення чинників які впливають на розвиток підприємств готельного господарства будь якої країни світу, їх рівень впливу та наслідки, виявляється одним із головних питань розвитку готельного господарства.

1.2. Теоретичне підґрунтя для визначення соціально-економічних чинників розвитку підприємств готельного господарства

Для визначення соціально-економічних чинників розвитку підприємств готельного господарства необхідно розкрити основні тенденції розвитку готельного бізнесу, так наприклад науковці Хумарова Н.І. та Михайлюк О.Л. основними тенденціями вважають наступні:

- « поширення сфери інтересів готельного бізнесу на продукти і послуги, раніше надані підприємствами інших галузей (наприклад, організації харчування, дозвілля, розваг, виставкової діяльності тощо);
- розвиток демократизації готельної індустрії, що сприяє підвищенню доступності готельних послуг для масового споживача;
- посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дозволяє більш чітко орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак;
- глобалізація і концентрація готельного бізнесу;
- персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах і потребах клієнтів; – широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, що дозволяє проводити глибоку і системну економічну діагностику;
- впровадження нових технологій до ділової стратегії готельних підприємств, зокрема, широке використання мережі Інтернет з метою просування готельних продуктів і послуг» [19, с.53-61].

Спираючись на думку вище наведених науковців та беручи за основу теорію менеджменту, можливо стверджувати, що будь яке підприємство діє та розвивається під впливом зовнішніх чинників (макроекономічних та мікроекономічних).

Макроекономічні чинники – це комплекс процесів, який впливає на розвиток бізнесу того чи іншого виду економічної діяльності на рівні національної економіки та глобального оточення. Необхідно відмітити, що вплив таких процесів на всі підприємства буде майже однаковим, питання постає в тому, як різні підприємства

однієї галузі будуть пристосовуватися під вплив цих явищ та процесів. Макроекономічні чинники відносно готельного господарства представлені на рисунку 1.4.

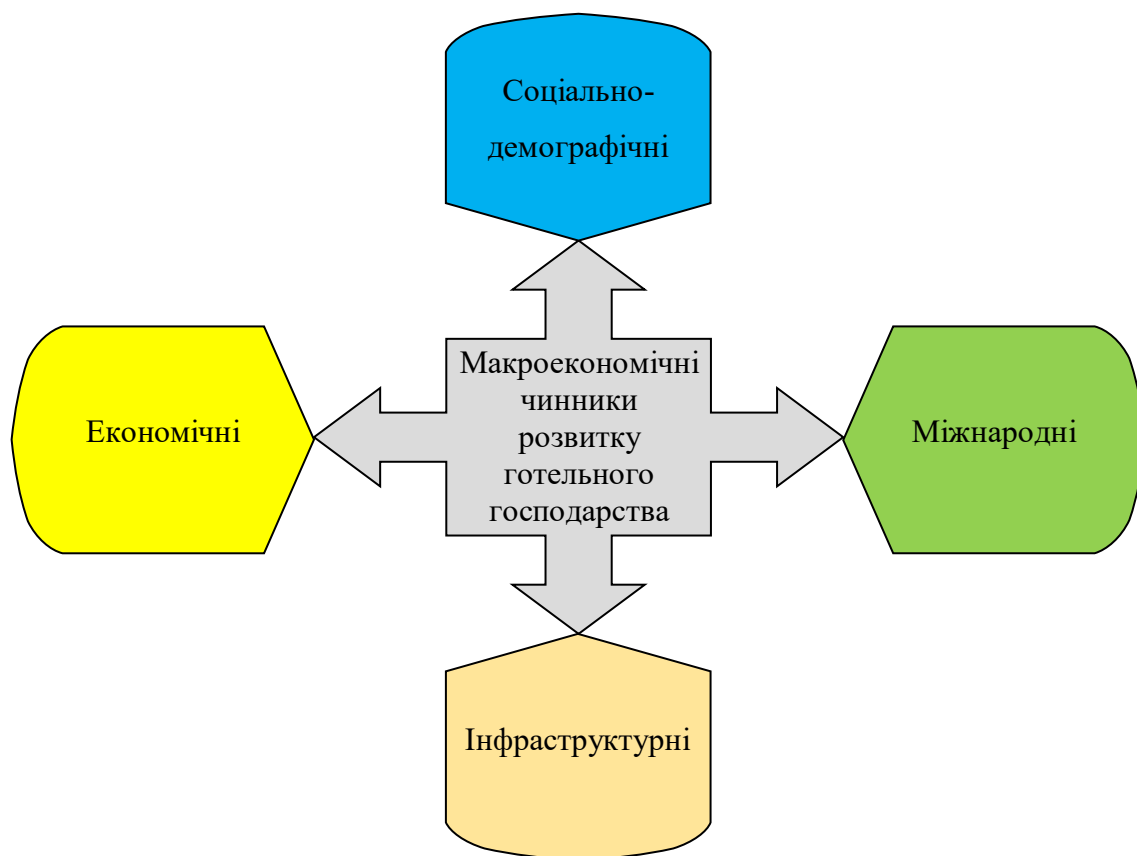


Рис. 1.4. Макроекономічні чинники розвитку готельного господарства
(Джерело: складено автором на основі [20, с.165-170])

Мікроекономічні чинники розвитку готельного господарства в регіоні – це сукупність факторів, що складають середовище готельно-ресторанного бізнесу на рівні регіону (Рис.1.5). До таких факторів можна віднести:

- рівень конкуренції готельних і ресторанних послуг в регіоні;
- сегментація ринку та чисельність постійних і потенційних споживачів;
- рівень логістики та доступ ресурсів для ведення бізнесу;
- роль місцевих органів влади на ринку готельних послуг регіону.

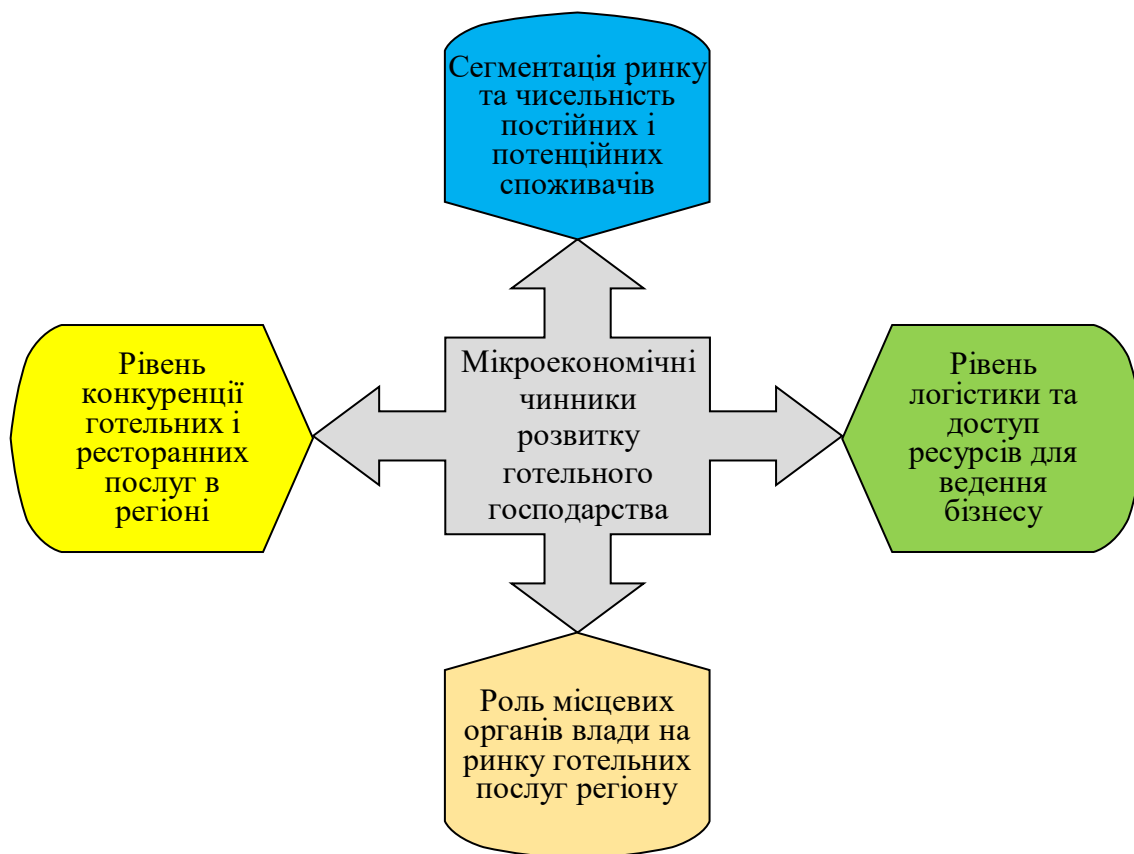


Рис. 1.5. Мікроекономічні чинники розвитку готельного господарства в регіоні
(Джерело: складено автором на основі [21])

Важливо зазначити, що завдяки саме цим чинникам можливо формування ринкових стратегій і будування системи ефективних комунікацій.

Лупич О.О. надає комплексне визначення найважливіших чинників, які впливають на локальний розвиток готельної індустрії в сучасних умовах, а саме:

- ✓ соціально-політична і економічна ситуація в країні, її економічний рівень, розвиток міжнародних зв'язків;
- ✓ географічне розташування, клімат, туристична привабливість країни (регіону);
- ✓ стан внутрішньої і зовнішньої безпеки;
- ✓ розвиток комунікацій, прикордонні розв'язки;
- ✓ матеріальне становище суспільства, пріоритети в сфері гостинності;
- ✓ динаміка внутрішнього і міжнародного туризму;
- ✓ попит та пропозиція на готельні послуги для широкого діапазону туристичних потоків;

- ✓ економічна та фінансова політика держави;
- ✓ митні, валютні, прикордонні, візові правила [22, с.83-84].

Також він пропонує враховувати побічні чинники, що впливають на попит послуг готельного господарства:

- ✓ рівень потреби у відпочинку;
- ✓ рівень благоспоживання споживача;
- ✓ розвиток дорожнього сполучення;
- ✓ наявність вільного часу;
- ✓ сегментація ринку готельних послуг;
- ✓ особисте бачення споживача готельних послуг;
- ✓ цінова політика готельних послуг, а також додаткових послуг;
- ✓ політика держави щодо розвитку сфери гостинності.

В зв'язку з розвитком технологій, впровадженням штучного інтелекту, різноманітних інновацій змінюються і вимоги споживачів до готельних послуг і в цілому до послуг сфери гостинності, і на сучасному етапі розвитку суспільства це вже не можливо не враховувати [22, с.85-87].

Таким чином можливо стверджувати, що готельне господарство певного регіону має свою специфіку і відповідно складається та розвивається спираючись на чинники притаманні саме цьому регіону і їх не можливо не враховувати, в тому числі й геополітичні. До таких чинників належать:

- еколого-географічні (сезонність тощо);
- спеціалізація готельного господарства в регіоні (курортно-санаторна, ділова, спортивна тощо);
- соціальна спрямованість готельного господарства в регіоні;
- рівень якості готельних послуг та безпеки в регіоні;
- наявність та розвиненість туристичної інфраструктури;
- кваліфікація персоналу готельного господарства;
- асортимент готельних послуг в регіоні;
- комплексність регіональних туристичних продуктів тощо.

Систематизація чинників, які впливають на стан та розвиток готельного господарства в регіоні представлено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Систематизація чинників, які впливають на стан та розвиток готельного господарства в регіоні

Ознака поділу	Тип фактори	Характеристика факторів
За рівнем їх утворення	Мікрорівень	Організаційно-економічні взаємовідносини суб'єктів готельного господарства
	Макрорівень	Рівень конкурентоспроможності та наявність переваг готельних підприємств
За напрямками впливу	Зовнішні	Підприємницька діяльність; податкове навантаження тощо
	Внутрішні	Маркетингове та інформаційне забезпечення готельної діяльності тощо
За значенням	Економічні	Доходи споживачів послуг, рівень цін, попиту та пропозиції на готельні тощо
	Культурно-психологічні	Психологія споживання; орієнтація на насолоду життя; інтерес до альтернативної культури; безпека відпочиваючих
	Політичні	Нормативно-правова база, що симулює та регулює готельну діяльність
	Екологічні	Екологізація мислення, вплив на довкілля споживачів готельних послуг
	Індивідуальні	Культура споживання, стиль життя, хобі, система духовних цінностей, мотиви
	Соціально-демографічні	Дестинація та місце обслуговування туристів, повага до культури інших країн; вік, стать, освіта, професія, сімейний стан, соціальна приналежність тощо
	Технологічні	Якість систем безпеки та інформаційного забезпечення; роботизація технологічних процесів, системи бронювання номерів тощо
За рівнем впливу на діяльність готельних підприємств	Стимулюючі	Державна підтримка малих та середніх підприємств, рівень кваліфікації працівників; чіткі правила ліцензування та сертифікації
	Стримуючі	Поширення пандемії, карантинні обмеження, податкове навантаження; політична нестабільність; ризики; екологічна, техногенна небезпека

Джерело: складено автором на основі [21]

Розвиток сучасного готельного господарства обумовлено багатьма чинниками, які мають як внутрішній характер, завдяки особливостям галузі, так і зовнішній, який продиктовано змінами у функціонуванні національної і світової економіки. Саме тому для розвитку сучасного готельного господарства необхідно формування інноваційних процесів і поява тенденцій, які спираються як на глобалізацію ринку готельних послуг так і на врахування національних та регіональних особливостей розвитку локальних готельних підприємств.

В першому розділі кваліфікаційної роботи наочне доведено, що готельне господарство є важливою складовою сфери гостинності. Розглянуто такі наукові категорії, як гостинність та готельне господарство. Проаналізовані основні тенденції розвитку готельного бізнесу. Наведено наукове обґрунтування результатів комплексного розгляду чинників, які найбільшою мірою впливають на рівень розвитку готельного бізнесу в Україні та окремих її регіонах.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАКАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

2.1. Передумови розвитку готельного господарства в Закарпатській області

Закарпатська область займає південно-західну частину Українських Карпат і Придунайську низовину, граничить з Львівською та Івано-Франківською областями, а на півночі, заході і півдні з Польщею (протяжність кордону 33,4 км), Словаччиною (98,5 км), Угорщиною (130 км), Румунією (205,4 км) (рис. 2.1).

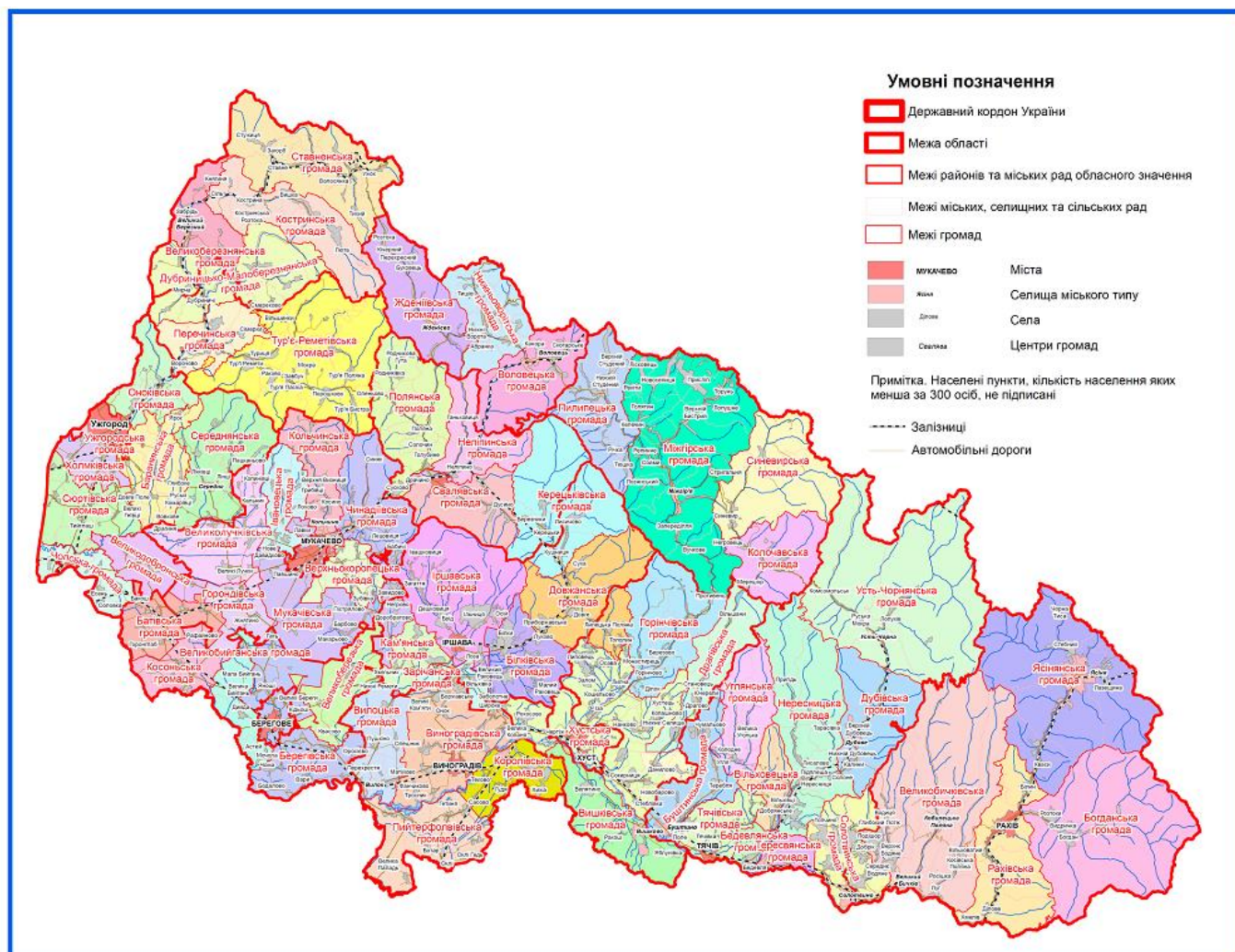


Рис. 2.1. Карта Закарпатської області

Джерело: [22]

Закарпатська область є дуже перспективною з точки зору туристично-рекреаційної індустрії, умови для розвитку сфери гостинності були і залишаються одними з найкращих в Україні, а також вигідне географічне положення, існуючий багаторічний досвід і напрацювання у сфері гостинності роблять цей регіон доволі успішним. Закарпатська область характеризується всіма ознаками для розвитку туризму, готельно-ресторанного бізнесу, санаторно-курортного лікування, оздоровлення та відпочинку, орієнтованих як на внутрішнього так і на іноземного споживача. Разом з тим, в Закарпатській області, як і в інших регіонах України, не дивлячись на величезний потенціал існує доволі багато проблем та не вирішених питань в сфері гостинності.

Закарпатська область має унікальне геополітичне та географічне розташування, а саме вона граничить з чотирма країнами Європи – Польщею, Словаччиною, Угорщиною і Румунією і є активним членом Карпатського Єврорегіону – міжрегіонального об'єднання вище наведених країн, що дає можливість приймати участь у багатьох спільних проектах в області туризму та рекреації. Регіон має розвинуту прикордонну інфраструктуру: усього 17 пунктів пропуску, 7 з яких залізничні, 6 – міжнародні автомобільні, 1 – міжнародний повітряний, 3 – пункти спрощеного переходу(Додаток А).

Закарпатська область має в своєму складі 13 адміністративних районів, 10 міст, з яких 4 міста обласного підпорядкування (Ужгород, Берегове, Мукачеве, Хуст), 20 селищ міського типу, 579 сільських населених пунктів. Розміщення на території Закарпатської області двох тектонічних структур поділяє область на гірську і рівнинну частини. Закарпатська низина займає 20% всієї площі, а Карпатські гори майже 80 %, і в свою чергу входять у Карпатську гірську систему, що поєднує шість країн Європи. Карпати простягаються у вигляді поздовжніх ланцюгів хребтів та міжгірних долин. Середня висота хребтів – від 700 до 1500 м. Найвищі з них є Рівна або Руна (1479 м), Стій (1677 м), Менчул (1501 м) та ін. [23, с.138-146].

Цей регіон має м'який помірно-континентальний клімат. В гірській частині сніг випадає в середині листопада і лежить до початку квітня, на рівнині сніговий

покрив триває з кінця грудня до початку березня. Такий клімат дуже сприяє зимовому відпочинку, як в горах так і на полонині [24,с.134-137].

Карпатські гори пристосовані для розвитку зимових видів туризму і спорту, тут складені умови як для новачків так і для професіоналів, гірськолижні траси та спуски відповідають світовим стандартам. Найбільш відомими та популярними є такі курорти: Воловець, Драгобрат, Міжгір'я, Рахів, Ясіня (Рис. 2.2).



Рис. 2.2. Курорт Воловець

(Джерело: [25])

Закарпатська область займає перше місце в Україні за кількістю та якістю лікувальних мінеральних вод, налічують майже 620 джерел мінеральних вод, з яких

досліджено 360 джерел і родовищ мінеральних та термальних вод, хімічний склад яких не поступається мінеральним водам, наприклад Чехії або Франції, вони мають чудові смакові властивості і споживаються як лікувально-столові в санаторно-курортних закладах. В Таблиці 2.1 наведено кількість санаторно-курортних та туристично-рекреаційних закладів станом на кінець 2021 року.

Таблиця 2.1

Кількість санаторно-курортних та туристично-рекреаційних закладів станом на кінець 2021 року

Рік	Кількість туристичних та санаторно-лікувальних закладів	у т.ч. оздоровчих	у т.ч. рекреаційних	у т.ч. туристичних
2015	392	24	123	245
2016	392	24	123	245
2017	443	18	146	279
2018	445	23	103	319
2019	511	23	126	362
2020	506	22	126	355
2021	509	23	128	360

Джерело: складено автором на основі [26,с.67-74]

Найбільш відомі та популярні санаторії: «Сонячне Закарпаття», «Поляна», «Квітка Полонини», «Карпати», «Синяк», «Шаян», «Гірська Тиса», «Верховина» та інші.

В області також знаходяться соляні шахти Солотвино, які відомі своїми лікувальними властивостями не тільки в Україні, але і далеко за її кордонами. Багато туристів приїжджають з різних країн Європи для лікування неспецифічних захворювань легенів, зокрема бронхіальної астми.

На території Закарпатської області знаходиться 415 територій і об'єктів природно-заповідного фонду (загальна площа 75,8 тисяч гектарів), у тому числі природний національний парк Синевир (Додаток Б). В цьому регіоні багато мальовничих озер, які приваблюють туристів романтичним та екологічним відпочинком на березі, в оточені дивовижної природи.

Природа Закарпаття також багата на водоспади, які на місцевому сленгу носять назву – водограї чи гуки, які залишають незабутнє враження і приваблюють туристів.

Найбільш відомими є: «Шигівський», «Яловий», «Шипіт», «Скакало», «Воєводино», «Соловей» та інші. Біля цих унікальних явищ природи будують готелі, дома відпочинку, санаторії (Рис. 2.3).

На території досліджуваної області нараховують 340 природних пам'яток, 21 пам'ятка садово-паркового мистецтва, 3 заповідні урочища [27].

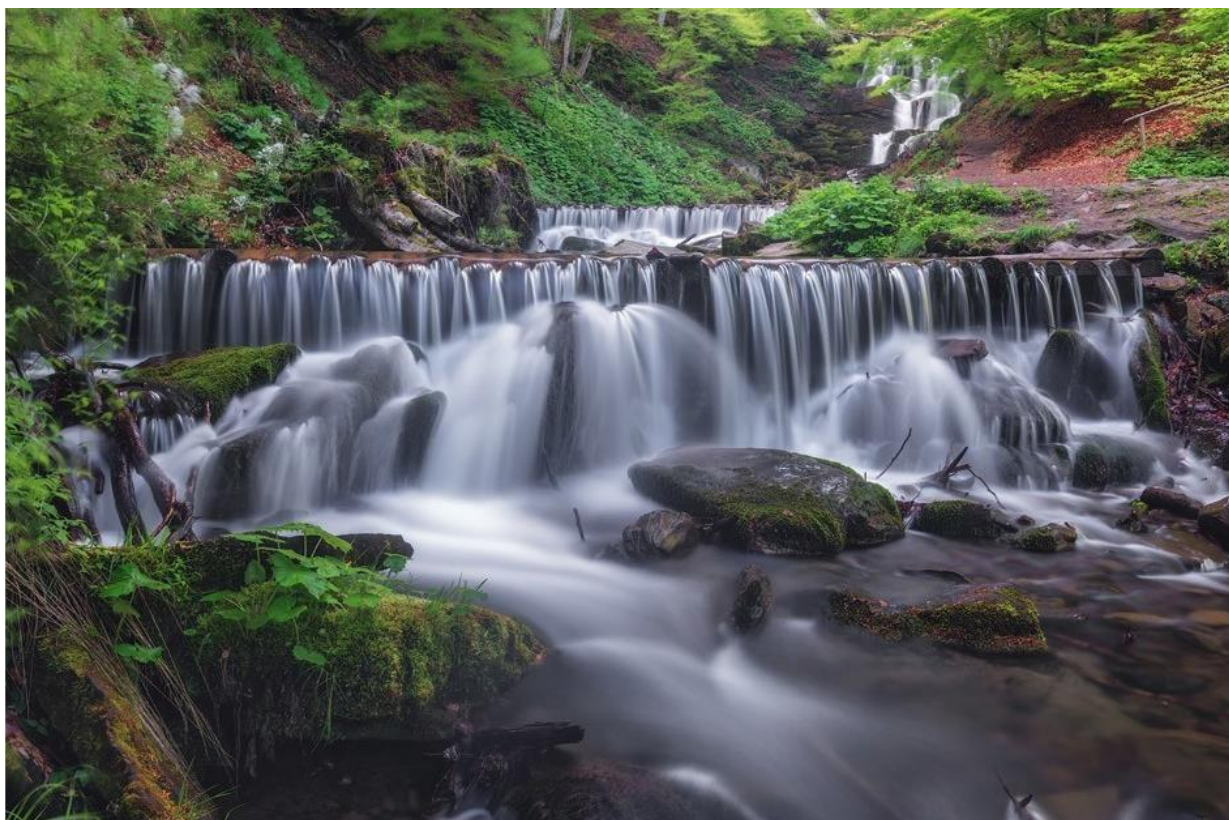


Рис. 2.3. Водоспад Шипіт
(Джерело: [28])

Регіон відзначається великою кількістю історико-культурних пам'яток, діють театри та музеї. Область представлена значною кількістю пам'яток дерев'яної народної архітектури XVII-XIX ст., 118 дерев'яних церков, яким більш ніж 500 років. Виходячи з стародавньої історії цієї місцевості тут представлені пам'ятки архітектури та культури народів, які проживали на цій території в продовж майже 1000 років.

Саме наявність туристично-рекреаційного потенціалу, історико-культурної спадщини, м'якого клімату робить цей регіон особливо привабливим для туристів і відповідно успішним для розвитку сфери гостинності в цілому.

Але поряд з величезним потенціалом існує і дуже багато проблем і першою з яких є незадовільний стан доріг. Саме тому для цього регіону була дуже важлива програма держави «Велике будівництво», яка включала в тому числі і проект «Мале карпатське коло», мова йшла про будівництво 640 км автодоріг. Цей проект покликаний повністю розкрити туристичний потенціал Українських Карпат, але повномасштабна війна в Україні загальмувала ці проекти [29].

Також потребує масштабної реновації вузькоколійна залізниця, яка знаходиться на території Закарпаття і яка могла б поєднати Закарпатську область, а через неї і інші регіони України з такими країнами, як Румунія, Угорщина та Словаччина.

Слід відмітити, що в період 2019-2021 років на території Закарпатської області активно ведеться будівництво велосипедних доріг, які відповідають всім європейським стандартам [30]. В регіоні активізується саме велосипедний туризм, створюються нові велосипедні маршрути, облаштовують зупинки для відпочинку, будують або реставрують заклади розміщення.

Таким чином важливою передумовою розвитку сфери гостинності в регіоні є зручне транспортування туристів і це є серйозним викликом для влади як на регіональному так і на державному рівні.

Підсумовуючи, можливо відмітити, що Закарпатська область має унікальні передумови для розвитку сфери гостинності, а саме:

- ❖ географічні – вигідне географічне положення, яке надає можливість євроінтеграції та створює умови для участі у спільних проектах в галузі туризму та рекреації;
- ❖ історичні – особливість культурної спадщини, яка поєднує традиції та звички різних народів, які здавна проживали в цієї місцевості;
- ❖ економічні – структурні зміни, які відбуваються на території області, завдяки впровадженню державних програм розвитку регіонів;
- ❖ транспортні – будівництво доріг, як регіонального так і державного значення, переоснащення Укрзалізниці, створення веломаршрутів;
- ❖ природні – наявність унікальних природних ресурсів, а саме мінеральних вод, лісів, озер, водоспадів і т.п.
- ❖ рекреаційні – регіон налічує велику кількість мінеральних джерел для санаторно-курортного лікування та оздоровлення людей, що в свою чергу може перетворити рекреаційну галузь в потужну складову зростання економіки країни;
- ❖ екологічні – низький рівень забруднення повітря, наявність екологічних продуктів та напоїв [31].

Незважаючи на всі негативні передумови, а саме наслідки обмежувальних карантинних заходів, банкрутство частини готельних підприємств, нестача персоналу та війна в Україні і всі пов'язані з цим обставини, все одно залишають сферу гостинності однією з перспективних та економічно обґрунтованих галузей національної економіки [32, с.18-27]. Саме готельно-ресторанний бізнес забезпечує туристів житлом, харчуванням та іншими додатковими послугами, створює робочі місця, дозволяє збільшувати кількість самозайнятих підприємців, підтримувати економіку країни в ці жакливі часи випробувань і стійкості.

2.2. Діагностика функціонування готельного господарства в досліджуваному регіоні

Важливу складову в сфері гостинності займають колективні засоби розміщування, які поділяються на готелі та аналогічні заклади розміщення та спеціалізовані заклади розміщення. Дослідження довоєнного періоду свідчать про те, що кількість спеціалізованих закладів розміщення поступово зменшувалась і це обумовлено моральним старінням та закриттям нерентабельних засобів розміщення, але спостерігалась тенденція відкриття малих та середніх засобів розміщення, наприклад невеликих готелів, хостелів, приватних садиб і т.п. [33] (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Аналіз колективних засобів розміщення в Закарпатській області протягом 2016–2020 рр.

Рік	Кількість колективних засобів розміщення, одиниць			Кількість місць, одиниць			Кількість розміщених, осіб		
	Усього	у тому числі в:		Усього	у тому числі в:		Усього	у тому числі в:	
		готелях	спеціалізованих засобах розміщення		готелях	спеціалізованих засобах розміщення		готелях	спеціалізованих засобах розміщення
2016	287	229	58	17929	10160	7769	220644	142466	78178
2017	268	213	55	16930	9473	7464	230000	166470	63530
2018	256	211	45	15865	10658	5207	269250	204350	64900
2019	250	208	42	15310	10160	5141	313082	237900	75182
2020	230	192	38	10592	8920	3844	252656	189996	62660

Джерело: складено автором на основі [33]

Відомі науковці Богдан Н.М. та А. Рябев довели, що в готельному господарстві Закарпатської області спостерігалися наступні тенденції, а саме:

- поступове збільшення кількості об'єктів розміщення і пік цього зростання припав на 2013 рік. В порівнянні з нульовими роками відмічається збільшення на 51%, а їхня місткість – на 58,4%;
- починаючи з кінця 2014 року спостерігалось гальмування розвитку цієї сфери, в період 2014-2016 років відбувається укрупнення закладів розміщення, а зменшення показників розвитку готельного господарства регіону пов'язано з економіко-політичною та фінансовою нестабільністю країни, окупацією Криму, воєнними діями на сході нашої країни і як результат зменшення в'їзних туристичних потоків;
- починаючи з 2017 спостерігається збільшення попиту на відпочинок всередині країни, частково відновлюються в'їзні туристичні потоки [34,с.263-270].

На кінець 2019 року на території Закарпатської області функціонувало 54 підприємства готельного господарства (юридичні особи), у тому числі: 42 готелі та аналогічні засоби розміщення, 12 засобів тимчасового проживання (пансіонати і бази відпочинку, хостели, туристські бази, гірські притулки).

Всі ці засоби розміщення розподілені по території області дуже не однаково. Наприклад, більша частина розташована в м. Ужгород (29,6%), Свалявському районі (11,1%), Межигірському районі (9,3%), м. Мукачево (25,8%) та Ужгородському районі (7,4%), Мукачівському, Рахівському і Тячівському районах (по 5,6%) [35].

В 2020 році спостерігалось значне скорочення кількості гостей в закладах розміщення і пов'язано це було з пандемією COVID-19, але починаючи з середини 2021 року кількість споживачів почала збільшуватися і на початок 2022 року повернулася на рівень допандемічного 2019 року. На початок 2022 року в області одночасно можна було розмістити близько 26000 осіб, також готові були приймати гостей 600 сільських садиб. Саме така можливість в розміщенні такої кількості осіб, стала у нагоді в перші місяці війни. На початку війни практично всі заклади розміщення приймали у себе біженців з тимчасово окупованих територій або людей

які взагалі бігли від війни в більш безпечні регіони нашої країни. Влада області намагалася підтримувати приватний бізнес в готельному господарстві і частково компенсувала витрати підприємців. Але багато засобів розміщення починаючи з 2023 року повертаються до звичайного режиму роботи та пропонують відпочинок та відновлення громадянам України, на жаль, іноземні туристи поки що не повернулись в Україну, у зв'язку з доволі небезпечною ситуацією в країні в цілому[36].

Завантаженість закладів розміщення безпосередньо пов'язана з динамікою туристичних потоків. На основі зробленого аналізу туристичних потоків в Закарпатській області можливо зробити висновок, що динаміка доволі неоднозначна і залежить від багатьох факторів і в першу чергу – політично-економічних.

Найбільша кількість споживачів за останні роки приходить на доволі успішний 2019 рік і склала – 28044 осіб (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Аналіз туристичних потоків Закарпатської області за період 2011-2020 роки

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, всього	Іноземні туристи	Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	Внутрішні туристи
2011	21773	722	10806	10245
2012	20180	733	11792	7655
2013	19892	515	12963	6414
2014	11625	6	9815	1804
2015	10656	13	7594	3049
2016	11601	68	7939	3594
2017	14652	102	10534	4016
2018	25348	183	18907	6258
2019	28044	114	19962	7968
2020	14669	-	12156	2513

Джерело: складено автором на основі [33]

На рисунку 2.4 наочно представлено як змінювалися туристичні потоки в Закарпатській області в період 2010-2020 років.

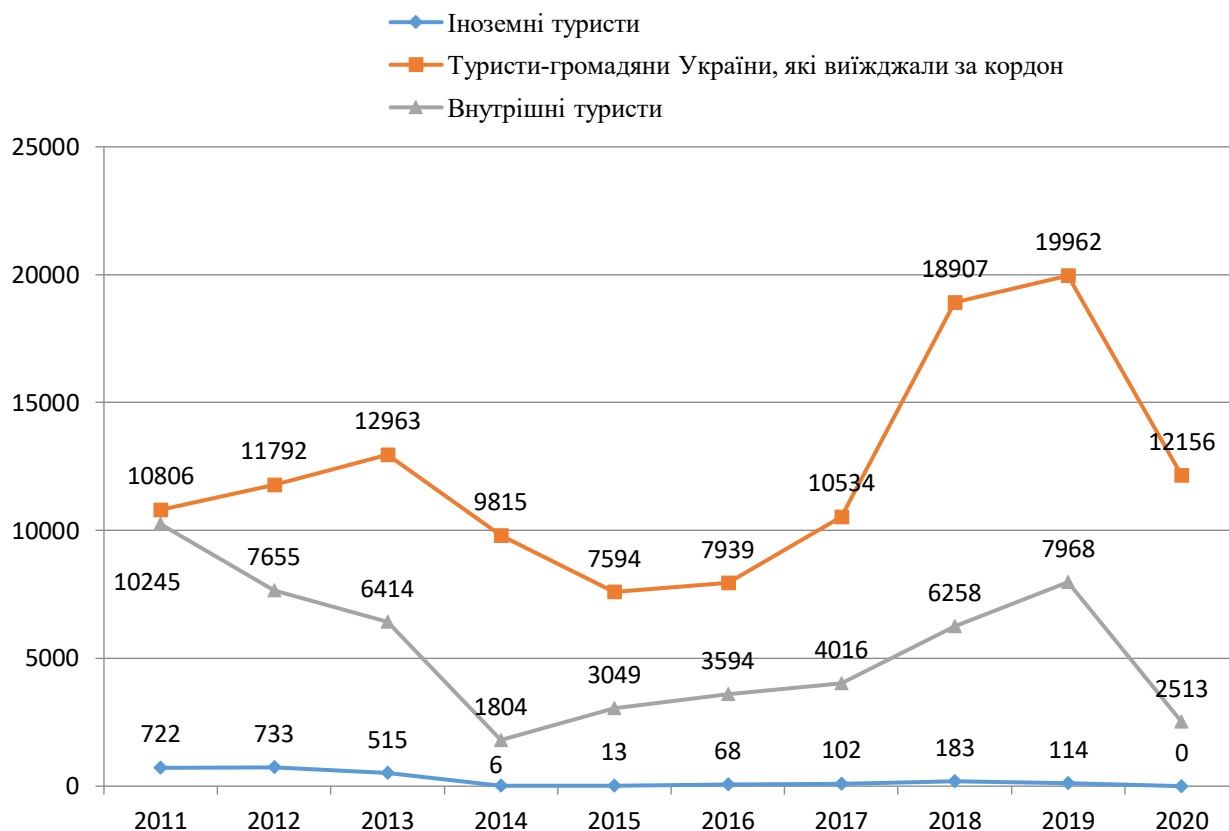


Рис. 2.4. Туристичні потоки в Закарпатській області в період 2010- 2020 років.

Джерело: складено автором на основі [33]

Проводячи паралелі між дослідженням туристичних потоків та завантаженістю закладів розміщення, спираючись на загальнообласні статистичні показники можливо констатувати, що найбільша кількість відвідувачів відзначалась у 2019 році.

За даними Державної податкової служби України [37], на початок 2019 року обсяги надходження туристичного збору до місцевих бюджетів Закарпатської області склали 3802 тис. грн, що майже на 31% вище, ніж у 2016 році і практично на 43% перевищує показники у 2014 році. У 2019 році в готельному господарстві регіону працювало 9615 осіб, що складає 1,9% загальної кількості зайнятих, за період 2014-2019 роки кількість робочих місць збільшилась майже в 4 рази.

Отже 2020–2021 роки стали абсолютно провальними для туризму та сфери гостинності, пандемія COVID-19 вплинула майже на всі сфери людської діяльності, але саме сфера гостинності зазнала майже найбільших збитків, відсутність можливості пересуватися регіонами та країнами паралізувала сферу гостинності як в Україні так і у всьому світі.

Відповідно у 2020 році загальні показники знизилися у всіх готельних підприємствах, відмінності спостерігаються тільки в відсотках втрат від успішного 2019 року, в цілому падіння складало майже 62% (рис. 2.5).

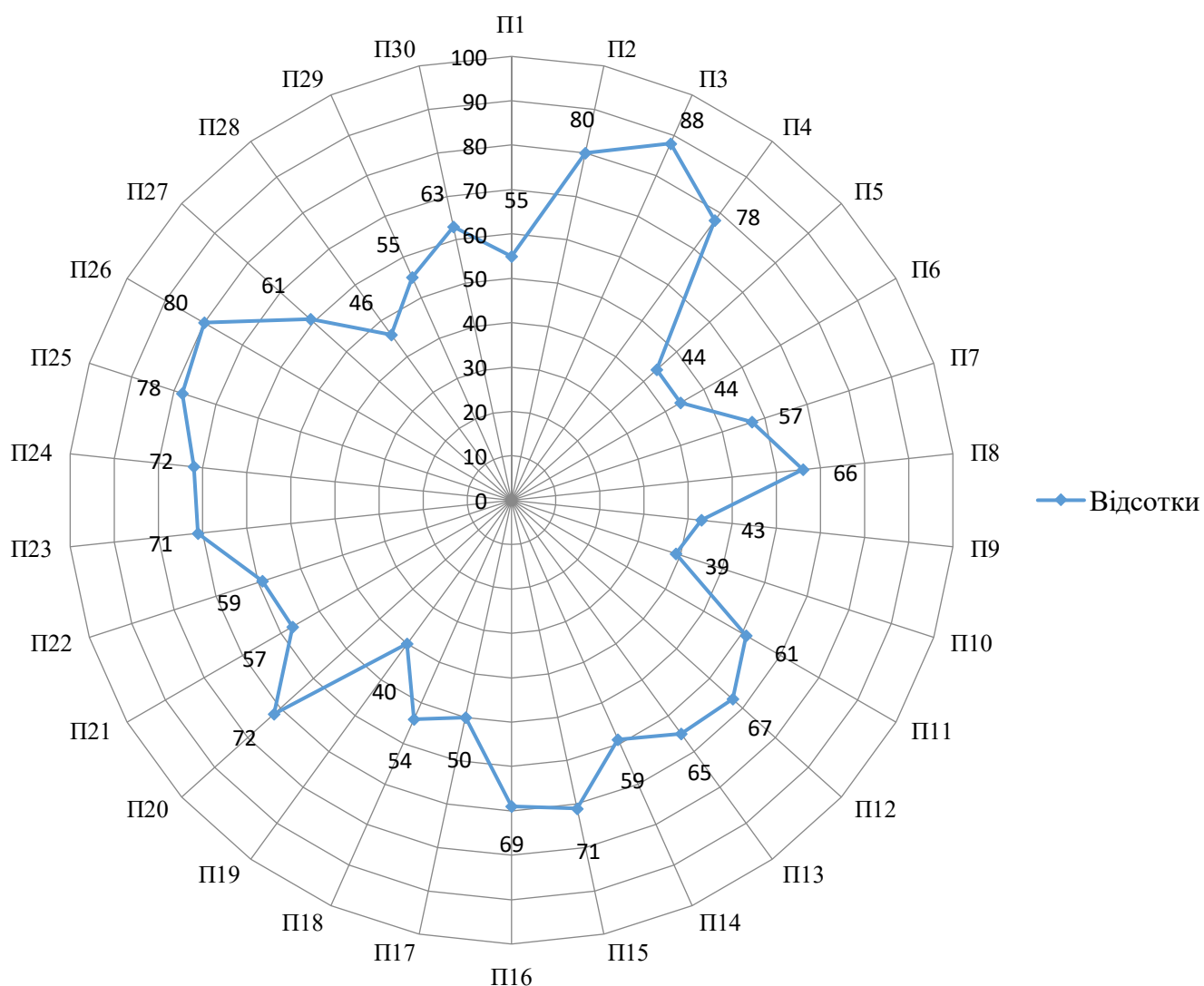


Рис. 2.5. Співвідношення кількості споживачів в готельних підприємствах Закарпатської області в 2020 році в порівнянні із 2019 роком (%).

(Джерело: складено автором на основі [38])

Таким чином, можливо зробити аналіз загальної кількості споживачів послуг готельних підприємств, а саме кількості гостей на одне ліжко/місце за період 2018-2020 рр.:

- у 2018 році середня кількість гостей, на 1 готельне місце склала 26 осіб/ліжко-місце;
- у 2019 році цей показник склав – 28 осіб/ліжко-місце;
- в середньому в докризовий період значення показника відношення кількості гостей до загальної кількості місць готелю складало 27 осіб/ліжко-місце;
- із початком пандемії COVID-19 значення цього показника значно зменшилося і у 2020 році становило вже 8 осіб/ліжко-місце [39,с.61-67] (Рис. 2.6).

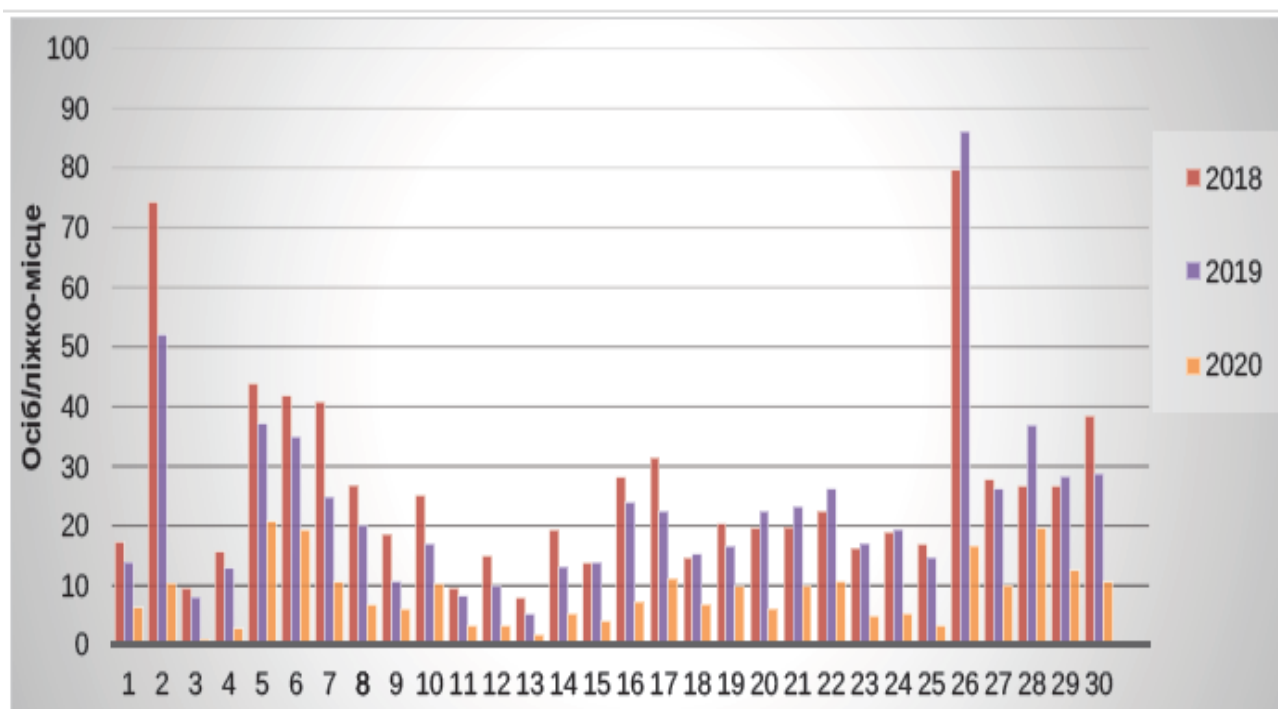


Рис. 2.6. Динаміка кількості споживачів, на одне готельне місце в 2018–2020 роках

(Джерело: складено автором на основі [39])

Причини які привели до таких наслідків майже однакові в світі і визначаються по-перше повним закриттям кордонів, що практично унеможливило будь які зовнішні туристичні потоки. Трохи менше постраждали готельні підприємства

Закарпатської області, які були орієнтовані на внутрішнього споживача. Починаючи з 2021 року ситуація в готельному господарстві поступово починає відновлюватися, підприємці будують плани на майбутні періоди, звертаються за допомогою до місцевої влади, активно починається процес брендування регіону, продовжується будівництво доріг.

Закарпатська область активно приєднується до міжнародних проектів в галузі туризму та гостинності, відновлюється робота майже всіх закладів готельно-ресторанного бізнесу, відкриваються нові зовнішні туристичні ринки, наприклад – Близькій Схід. У Програмі розвитку туризму і курортів у Закарпатській області визначено стратегічні напрями розвитку туристичної сфери [40]:

- «розвиток туристичної і транспортної інфраструктури області;
- просвітницька діяльність та науково-освітнє забезпечення розвитку туризму та діяльності курортів;
- розвиток туристичних дестинацій;
- популяризація туристичного потенціалу Закарпаття;
- фінансування проектів регіонального розвитку у сфері гостинності».

Таким чином місцева влада сприяла розвитку туризму в регіоні, вважаючи цю галузь стратегічним напрямком економічного зростання Закарпатської області. У табл. 2.4 наведено перелік основних програм, направлених на розвиток сфери гостинності в регіоні.

Таблиця 2.4

Перелік регіональних цільових програм у сфері гостинності, які передбачалося реалізувати у 2022 році

№	Назва документу	Період дії
1	2	3
1	Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області	2021-2027 рр.
2	Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області	2021-2023 рр.

Продовження таблиці 2.4

1	2	3
3	Програма охорони культурної спадщини Закарпатської області на 2021-2023 роки	2021-2023 рр.
4	Комплексна програма збереження і використання пам'яток культурної спадщини Закарпатської області	2021-2023 рр.
5	Програма розвитку культури Закарпатської області	2021-2023 рр.

Джерело: складено автором на основі [40]

Але повномасштабна війна на початку 2022 року ставить галузь практично на стоп, майже всі програми розвитку було призупинено. На 50% у літні місяці 2022 року знизився попит на туристичний відпочинок на Закарпатті у порівнянні з аналогічним періодом 2021 року, так наприклад, в перші місяці війни підприємства готельного господарства Закарпатської області або зачиняються або приймають тимчасово переміщених осіб. У перші сто днів від початку війни заповнення готелів та садиб сягало 100 відсотків, але це були вимушені переселенці. З початку літа більша частина переселенців починає роз'їжджатися та звільняти готелі.

З осені 2022 року 40% готельних підприємств та підприємств рекреаційної галузі відновлюють свою діяльність, але в зв'язку з повною відсутністю зовнішніх туристичних потоків казати, про показники завантаженості закладів дуже складно [41]. Готелі, які знаходяться, наприклад в місті Ужгород починають приймати іноземних журналістів та міжнародні гуманітарні місії і т.п. Санаторії Закарпатської області, такі як «Боржава», «Теплиця» та інші починають розробляти програми реабілітації. З початку військової агресії РФ багато захисників-героїв України отримують поранення різного ступеню важкості під час ведення бойових дій. А також багато службовців ЗСУ та мирних громадян, особливо дітей, отримали посттравматичних стресовий розлад (ПТСР) – тяжкий психічний стан внаслідок військових дій. На виконання завдань Уряду щодо реабілітації військових та мешканців України, які постраждали внаслідок військових дій, пропонуються програми реабілітація після ПТСР на базі санаторію «Теплиця». Фахівцями

санаторію було розроблено дві ефективні програми для найскорішого відновлення фізичного та психологічного стану наших громадян та героїчних захисників [42].

2.3. Аналіз впливу соціально-економічних чинників на розвиток підприємств готельного господарства Закарпатської області

Як вже відмічалось вище, Закарпатська область має дуже вдале географічне розташування, унікальні природні ресурси, межує з країнами Європейського Союзу, налічує велику кількість культурно-історичних пам'яток, що надає певні конкурентні переваги в порівнянні з іншими регіонами країни, які не мають таких ресурсів та можливостей для приваблення значної кількості туристів. Поряд зі всіма виключно позитивними факторами розвитку сфери гостинності в регіоні, існує і багато проблем, які впливають на завантаженість номерного фонду готельних підприємств, попит за сезонами, рентабельність бізнесу в цілому.

Посилаючись на дослідження таких науковців, як Лендел М. А. та Морохович В.С. можливо визначити основні недоліки розвитку підприємств готельного господарства Закарпатської області:

- відсутність розвиненої мережі готельних підприємств;
- низький рівень матеріально-технічного забезпечення;
- різний рівень оснащення готельних підприємства за регіонами в середині області;
- висока собівартість готельних послуг;
- невідповідність ціни та якості послуг готельних підприємств;
- низький рівень пропозиції додаткових послуг в готельному господарстві;
- неякісна конкуренція з боку індивідуальних засобів розміщення;
- низький рівень кадрового складу;
- недостатня пропозиція послуг спеціалізованих готельних підприємств;
- недостатній рівень впровадження маркетингових інструментів;

- недостатній рівень впровадження інноваційних технологій;
- низький рівень якості менеджменту у межах підприємств готельного господарства [43 с. 12-17].

Нами було проаналізовано чинники які впливають на розвиток готельного господарства в Закарпатської області, і по-перше це умови, які спонукають власників бізнесу відкривати нові підприємства готельного бізнесу. Саме до таких чинників можливо віднести наступні:

- ✓ природні та кліматичні особливості місцевості;
- ✓ історичні та архітектурні особливості, менталітет, мова, фольклор;
- ✓ чисельність населення, міграція, рівень безробіття;
- ✓ стан інфраструктури;
- ✓ рівень конкуренції в даній місцевості;
- ✓ рівень безпеки;
- ✓ сезонність.

Для прийняття обґрунтованих рішень відносно створення нових або реновації існуючих підприємств готельного бізнесу необхідно спиратися на результати комплексного аналізу та враховувати наступні складові:

- ✓ місце розташування;
- ✓ спеціалізація споживачів;
- ✓ категорія закладу розміщення;
- ✓ специфіка готельного підприємства;
- ✓ можливість надання додаткових послуг [44].

Чинники зовнішнього середовища не тільки впливають на прийняття рішень відносно розширення та збільшення кількості готельних підприємств регіону, але і визначають їх необхідність та обґрунтованість в тому чи іншому місці в середині області, надають можливість інвесторам приймати правильні рішення, збільшувати рівень зайнятості населення і як результат поліпшувати рівень доходів населення області в цілому.

На рисунку 2.7 наочно наведено вплив чинників зовнішнього середовища на вибір специфіки та категорії підприємств готельного господарства.

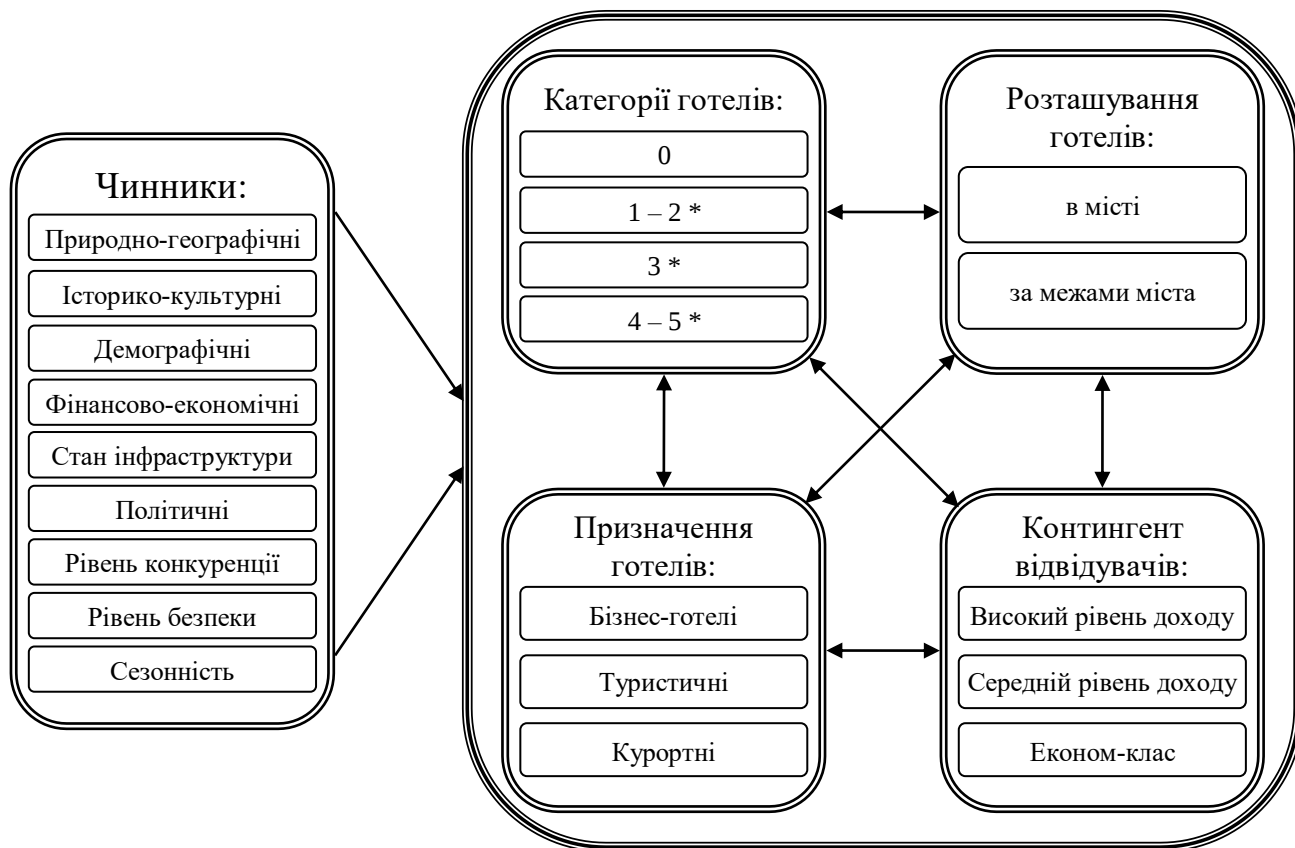


Рис. 2.7. Схема залежності параметрів готельного підприємства від впливу чинників зовнішнього середовища

(Джерело: складено автором на основі [44])

Слід відмітити, що готельним підприємствам, які вже не один рік працюють на ринку готельних послуг, необхідно регулярно проводити моніторинг впливу зовнішніх факторів на діяльність підприємства і якщо місце розташування, наприклад змінити не можливо, то стан інфраструктури, міграція населення, рівень безробіття і т.п. є чинниками яким притаманна мінливість і не врахування змін в зовнішньому середовищі може привести до негативних наслідків.

До внутрішніх чинників розвитку підприємств готельного господарства відносять в першу чергу споживачів відповідних послуг. Основними споживачами послуг сфери гостинності в Закарпатті є внутрішні та зовнішні туристи, що відвідують регіон з різними цілями.

Науковець Завідна Л.Д. у своїх працях стверджує: «конкурентна перевага підприємства готельного бізнесу може бути забезпечена як відмінними особливостями продукту, що виробляється, так і сукупністю ресурсів, умінь, навичок, що характеризують внутрішній потенціал готелю. Тобто, конкурентна перевага готельного підприємства – це ті властивості готельних послуг, які створюють для готелю певну перевагу над її прямими конкурентами. Ці характеристики можуть бути неоднаковими і відноситись як до базових послуг готельного підприємства (розміщення, харчування), так і до додаткових послуг, технологій обслуговування клієнтів, до форм ринкового просування послуг, специфічним для конкретного готелю» [45, с. 158-167].

Необхідно відмітити, що основними причинами відвідування Закарпаття туристами є відпочинок на природі, лікування та спортивний туризм, підприємствам сфери гостинності необхідно постійно розширювати спектр пропозицій для відпочинку та лікування в цьому регіоні, що відповіло збільшить завантаженість закладів розміщення і в майбутньому приведе до необхідності збільшення кількості койко-місць за рахунок будівництва нових підприємств готельного господарства. В своїх наробках, наприклад, фахівці Тітомир Л. А. та Данилова О. І. пропонують: «готельні підприємства приймають багато туристичних груп, їх вільний час необхідно зайняти, зокрема можна запропонувати послугу з ознайомленням із художньою творчістю, флористикою, основами ділового етикету, основами маркетингу у вигляді ігор, із наданням основ різних видів творчості. Окремі послуги, за наявності функціонування різноманітних центрів, таких, як spa- салони, студії, більярдні, кімнати для ігор дітей, слід залишити для цілорічного функціонування» [46 с. 155-160].

Враховуючи комплексний характер та взаємопов'язаність зазначених проблем необхідно зробити аналіз чинників розвитку сфери гостинності Закарпатської області за допомогою SWOT-аналізу, який дає можливість проаналізувати сильні і слабкі сторони, можливості і загрози та дозволяє визначити програмно-цільові шляхи їх вирішення.

Посилаючись на SWOT-аналіз розвитку Закарпатської області який був представлено Обласною Державною адміністрацією (Додаток Б), визначимо основні складові розвитку сфери гостинності в регіоні [47].

Таблиця 2.5

SWOT-аналіз розвитку сфери гостинності в Закарпатській області

Зовнішні чинники	Можливості	Загрози
	1. Виділення туристичної індустрії району пріоритетом економічного розвитку 2. Проведення заходів із метою ознайомлення з унікальними пам'ятками без розвинутої інфраструктури 3. Можливість навчання, стажування, набуття досвіду роботи за кордоном 4. Експорт екологічно чистої, органічної сільськогосподарської продукції 5. Участь у міжрегіональних та міжнародних ярмарках, бізнес-зустрічах, виставках 6. Участь у грантових програмах 7. Проведення рекламної роботи із заохочення інвестування туризму 8. Туристичне використання ботанічних садів, заповідників, заказників, які повинні давати прибуток, їх використання у туризмі повинно мати екологічне спрямування	1. Вищий рівень прибутків в інших регіонах України та за кордоном 2. Відтік іноземних інвестицій з області 3. Безповоротна міграція в інші регіони та країни 4. Висока конкуренція закордонних товарів на вітчизняному ринку 5. зниження зовнішнього попиту на продукцію області 6. Зміна у смаках соживачів 7. Періодичність природних, стихійних лих 8. Внутрішня конкуренція з боку інших областей 9. Міжнародна конкуренція сусідніх держав
Внутрішні чинники	Сильні сторони	Слабкі сторони
	1. Вигідне географічне розташування регіону: автомобільні, залізничні та повітряні сполучні шляхи міжнародного значення 2. Природні (насамперед лісові та водні), еколого-рекреаційні та людські ресурси 3. Унікальні бальнеологічні ресурси у поєднанні зі сприятливими кліматичними умовами 4. Висока ділова активність населення 5. Розвинена та розгалужена транспортна мережа 6. Високий рівень спеціалізації в аграрній сфері 7. Порівняно низький рівень забруднення навколишнього середовища 8. Розуміння місцевою владою важливості розвитку туристичної індустрії	1. Низький рівень транспортної інфраструктури у сільській місцевості 2. Малоземелля 3. Залежність від зовнішніх інвесторів 4. Низька якість сервісу туристичної інфраструктури 5. Порушення екологічної рівноваги 6. Низький рівень розвитку у гірській місцевості 7. Невисокі заробітні плати у внутрішніх туристів 8. Складність отримання земельних ділянок для великих інвестиційних проектів

Джерело: складено автором на основі [47]

SWOT-аналіз розвитку сфери гостинності в області дозволяє виявити багато серйозних проблем, які перешкоджають розвитку підприємств даної сфери, а саме: недостатньо розвинена інфраструктура та комунікації, невідповідність діяльності туристично-інфраструктурних центрів та центрів просування туристичних послуг вимогам державних стандартів; недостатня інформованість туристів про наявні екскурсійні, анімаційні та інші туристичні послуги та продукти; недостатній рівень якості обслуговування, обмеженість додаткових послуг, слабка маркетингова політика. Споживачі послуг сфери гостинності не мають достатньої інформації про всі туристичні можливості регіону. Проведені дослідження свідчать про недостатню, інформованість потенційних туристів про наявність в цій місцевості унікальних пам'яток історії, культури, архітектури, наявності різних закладів розміщення, які дозволяють розміщатися, як туристам індивідуалом так і групам.

Проблема низького використання туристичного потенціалу зберігається в багатьох населених пунктах наприклад, Косівського, Верховинського, Коломийського районів. Існує реальна необхідність в залученні інвестицій в ці райони для будівництва багатофункціональних туристичних комплексів, формування кластерних моделей, залучення фахівців.

Адаптація до нових умов господарювання потребує розроблення конкурентних стратегій, що враховують актуальні соціально-економічні чинники, корелюються зі всіма заходами безпеки для споживачів, направлені на пристосування готельних продуктів та послуг під реалії сьогодення та нові потреби цільових аудиторій, налагодження ефективних комунікацій та активного впровадження інноваційних технологій.

Таким чином можливо зробити висновки, що Закарпаття характеризується наявністю величезного туристично-рекреаційного потенціалу, історико-культурної спадщини, м'якого клімату, саме це робить цей регіон особливо привабливим для туристів і відповідно успішним для розвитку сфери гостинності в цілому. Для аналізу туристичного потенціалу було обрано метод SWOT аналізу, який дозволив визначити сильні і слабкі сторони Закарпаття, можливості і перешкоди на шляху розвитку регіону. Такими проблемами виявилися: недостатньо розвинена

інфраструктура та комунікації, невідповідність діяльності туристично-інфраструктурних центрів та центрів просування туристичних послуг вимогам державних стандартів; недостатня інформованість туристів про наявні екскурсійні, анімаційні та інші туристичні послуги та продукти; недостатній рівень якості обслуговування, обмеженість додаткових послуг, слабка маркетингова політика. Споживачі послуг сфери гостинності не мають достатньої інформації про всі туристичні можливості регіону. Проведені дослідження свідчать про недостатню, інформованість потенційних туристів про наявність в цій місцевості унікальних пам'яток історії, культури, архітектури, наявності різних закладів розміщення, які дозволяють розміщатися, як туристам індивідуалом так і групам.

РОЗДІЛ 3. НАПЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАКАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

3.1. Тенденції розвитку готельного господарства Закарпатської області в сучасних умовах

Спираючись на економічні, географічні, соціальні, культурні та інші особливості Закарпатська область має можливість використовувати зовнішні резерви для збільшення своїх можливостей, та намагатися уникнути впливу слабких сторін та зовнішніх загроз за рахунок:

- удосконалення державної політики в галузі підтримки регіонального розвитку та децентралізації;
- впровадження положень міжнародної Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат;
- участі в макрорегіональній програмі Європейського Союзу підтримки територій;
- впровадження інноваційних технологій в сферу гостинності;
- державного регулювання та підтримки розвитку нових видів туризму;
- використання можливостей транскордонних програм та грантових проектів.

Для реалізації плану розвитку сфери гостинності в регіоні необхідно впроваджувати проекти з суміжними галузями, вчасно вирішувати комунальні проблеми, такі як: безперебійна робота електромереж, водопостачання, зв'язку та проблеми пов'язані з безпекою населення та туристів.

У зв'язку з тим, що Закарпатська область має великий потенціал з розвитку лікувально-оздоровчої діяльності, яка приваблює значну кількість туристів потрібно поширювати інформацію про ці перспективні напрямки туристичної та рекреаційної сфери в регіоні, що в свою чергу не можливо без сучасних закладів розміщення.

При розробці пріоритетних напрямів розвитку готельного господарства Закарпатської області необхідно спиратися на особливості розробки готельного продукту, які притаманні саме цьому регіону і особливо, наявності природно-рекреаційних ресурсів, які і визначають спеціалізацію готельних підприємств.

Значна роль в цих процесах покладається на державні органи управління та територіальні громади регіону, головним завданням яких є створення сприятливих умов для розвитку готельного господарства.

Складові механізму регіонального розвитку готельного господарства представлені на рисунку 3.1

- ❖ розробка стратегій розвитку готельного господарства на рівні регіону;
- ❖ районування закладів розміщення на туристично-рекреаційних територіях;
- ❖ удосконалення маркетингово-консалтингової діяльності;
- ❖ підвищення якості послуг;
- ❖ розширення програм наукових досліджень з проблем туризму та рекреації;
- ❖ впровадження інноваційних технологій;
- ❖ збільшення обсягів інвестицій у будівництво та реконструкцію готельних підприємств;
- ❖ підвищення кількості та якості кадрового складу готельного господарства; використання зарубіжного досвіду в галузі гостинності;
- ❖ орієнтація та впровадження європейських стандартів; поширення міжнародних зв'язків у галузі.

Урахування комплексу окреслених проблем і реалізація зазначених заходів сприятиме вирішенню завдань адаптації підприємств готельного бізнесу до нових умов господарювання. Проведений аналіз динаміки кількості готелів у Закарпатській області, а також тенденції зміни готельного фонду дозволяє зробити висновок, що досліджувана галузь економічної діяльності є перспективною сферою капіталовкладень, оскільки розвивається достатньо швидкими темпами, зумовлює рівень зайнятості трудових ресурсів у регіоні, створює матеріальну базу для розвитку туризму і рекреації [49, с. 78-84].

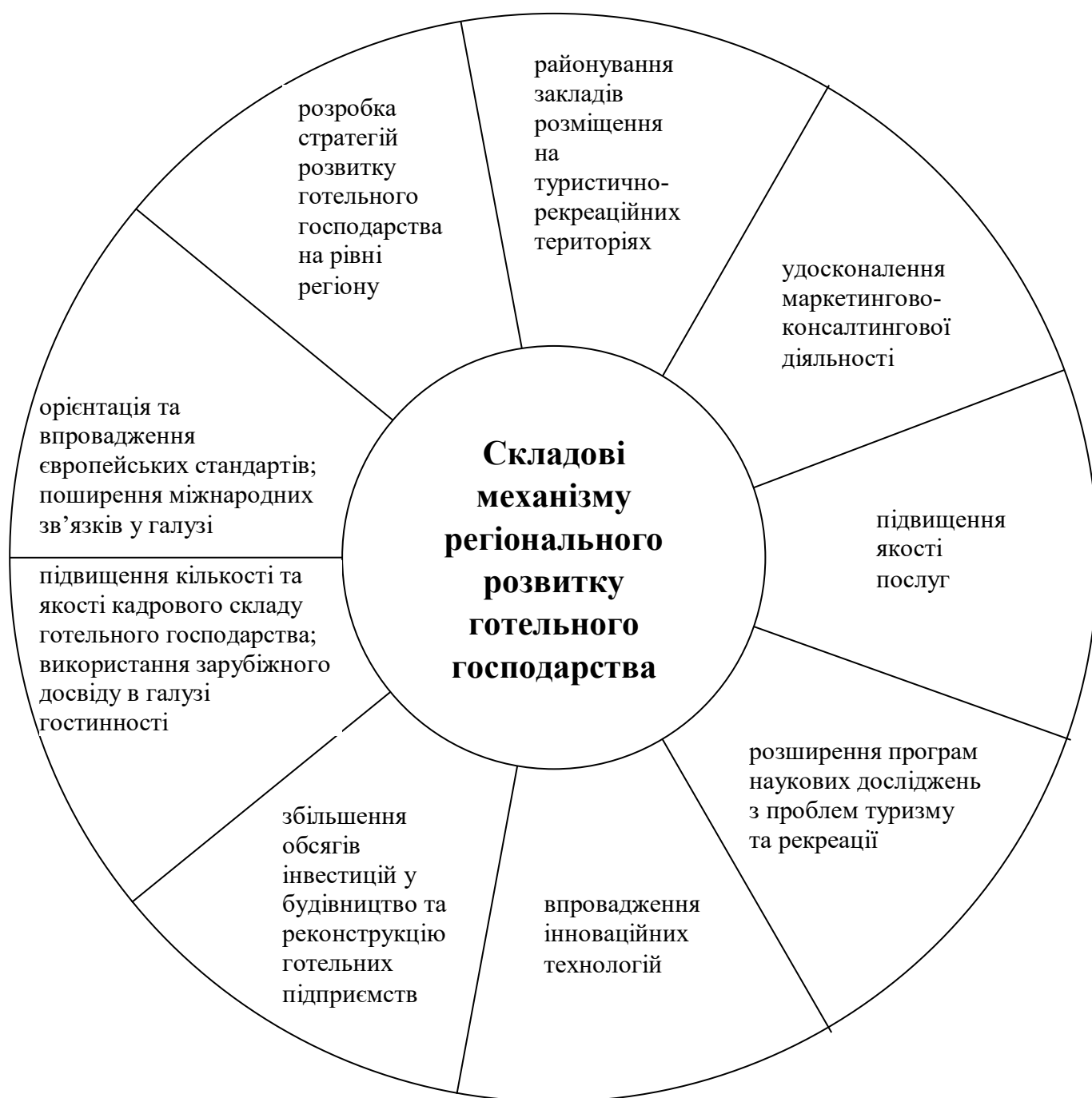


Рис.3.1 Складові механізму регіонального розвитку готельного господарства
(Джерело: складено автором на основі [48, с.83-87])

Також можливо визначити пріоритетні напрями розвитку готельного господарства регіону в повоєнний період, які повинні підтвердити інвестиційну

привабливість регіону в сфері гостинності та вплинути на економічне зростання в цілому:

- залучення інвестицій для реконструкції існуючої готельної бази та будівництва нових готелів і готельних комплексів;
- спеціалізація готельних підприємств на основі сегментації туристичного ринку; підвищення якості та безпеки пропонуємих послуг на основі діджиталізації бізнесу;
- удосконалення кадрової складової, постійне підвищення кваліфікації працівників.

Місцевим органам влади Закарпатської області необхідно посилатися на Європейські та міжнародні стандарти, досвід зарубіжних країн в питаннях розвитку сфери гостинності в повоєнний період та враховувати регіональні особливості при розробки стратегії розвитку регіону в цілому.

Враховувати:

- ✓ сучасні тренди розвитку готельного господарства в світі;
- ✓ необхідність створювати регіональні об'єднання та асоціації, які можуть впливати на ефективність готельного бізнесу;
- ✓ міжнародний досвід в удосконаленні менеджменту готельних підприємств;
- ✓ можливість впровадження та поширення нових компетенцій [50, с.223-225].

Необхідно удосконалювати маркетингову політику регіону в сфері гостинності, яка повинна спиратися на професійний аналіз цільової аудиторії, як в середині країни так і за кордоном.

Маркетингові дослідження повинні включати аналіз взаємозв'язків між запропонованими послугами готельних підприємств і групами споживачів, для яких притаманний той чи інший спосіб життя, таким чином можливо визначити розмір різних сегментів ринку, які в свою чергу впливають на спеціалізацію готельного бізнесу. Важливою складовою маркетингової політики також є аналіз конкурентного середовища, який повинен включати наступні параметри:

- цінова політика підприємств готельного господарства;

- зручна локація;
- наявність додаткових послуг;
- рейтинг на популярних он-лайн ресурсах.

Врахування сучасних тенденцій у сфері гостинних технологій надає можливість набуття конкурентних переваг з сусідніми європейськими регіонами. Багато з цих тенденцій базуються на впровадженні інноваційних технологій, наприклад: чат боти, штучний інтелект, віртуальна реальність і т.п..

Чат-боти вже кілька років використовуються в готельному бізнесі, споживачі вимагають швидких відповідей на свої запитання, а також впровадження такої технології зменшує вірогідність виникнення проблемних ситуацій в рази.

Голосовий пошук – це сучасна технологія, яка спрощує отримання інформації з пошуку локації засобів розміщення, отримання послуг безпосередньо в готельних підприємствах.

Безконтактні платежі все більше і більше входять в повсякденне життя споживачів, прискорюють платежі, підвищують рівень обслуговування, надають доступ до програм лояльності. рівня задоволеності, безконтактні технології також легко сумісні з програмами лояльності.

Впровадження сучасних технологічних рішень в сфері готельного господарства допоможуть зменшити витрати, навантаження на персонал, збільшити прибутки та покращити якість надання послуг. Використання інноваційних технологій оптимізує багато процесів, покращує процеси управління, надає можливість відповідати самим високим очікуванням споживачів.

Необхідно постійно оновлювати презентаційні матеріали, поширювати інформацію про туристичний потенціал Закарпатської області завдяки участі у міжнародних туристичних форумах.

Створювати нові туристичні продукти, які зможуть поєднати нашу героїчну історію, самобутню культури з відновлення або лікуванням на території регіону.

Формувати та поширювати міжрегіональні туристичні продукти, поєднувати різні види туризму, що буде особливо актуальним після закінчення війни на території України.

3.2. Пропозиції щодо розробки конкурентної стратегії розвитку готельного господарства Закарпатської області

В Програмі регіонального розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 роки наведено 4 стратегічні цілі, які стосуються розвитку туристичної та курортної діяльності в регіоні, а саме:

1. «Розширення спектру туристичних послуг та курортних територій.
2. Розвиток туристичної і сервісної інфраструктури.
3. Розвиток регіональної мережі туристичних дестинацій.
4. Маркетинг туристичних послуг і територій.»[31]

У свою чергу у Програмі розвитку туризму і курортів у Закарпатській області визначено стратегічні напрями розвитку туристичної сфери:

- ✓ розвиток туристичної і транспортної інфраструктури області;
- ✓ просвітницька діяльність та науково-освітнє забезпечення розвитку туризму та діяльності курортів,
- ✓ розвиток туристичних дестинацій, популяризація туристичного потенціалу Закарпаття,
- ✓ співфінансування проектів регіонального розвитку у туристичній галузі [40].

Таким чином можливо стверджувати, що туристична галузь є пріоритетним напрямом економічного розвитку Закарпатської області. Реалізація затверджених завдань є необхідною умовою для отримання бажаних результатів, успішному просуванню послуг сфери гостинності на внутрішньому та міжнародному ринках, залучення інвестицій, формуванню позитивного іміджу регіону. Без реалізації хоча б частково зазначених стратегій, неможливо досягнути високого рівня розвитку

туристичної сфери. Але війна в Україні внесла свої корективи в виконання цих планів, не зважаючи на те, що цей регіон вважається одним з відносно безпечних на території нашої країни. Саме тому у липні 2023 року у Закарпатській ОВА пройшла нарада щодо підготовки до проведення SWOT-аналізу регіонального розвитку Закарпаття, в якій узяли участь працівники структурних підрозділів облдержадміністрації, зокрема й управління туризму та курортів.

Для актуалізації Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області розроблені наступні пропозиції:

- ❖ Створення сприятливих умов для переорієнтації готельних підприємств з небезпечних регіонів країни.
- ❖ Переорієнтація частини готельного господарства на реабілітацію, яка користується великим попитом, ревіталізація курортних готелів.
- ❖ Вивчення потенційного попиту на туризм та поширення міжнародної промоції Закарпатської області, як достатньо безпечного регіону України.
- ❖ Адаптація готельних підприємств до реалій воєнного часу та пошук нових форм обслуговування.
- ❖ Формування «відкладеної пропозиції» на ринку готельних послуг регіону.
- ❖ Оснащення готельних підприємств сховищами та автономним енергопостачанням.
- ❖ Розвиток еко-готелів на території регіону.
- ❖ Обґрунтування державних інвестицій для будівництва нових та реконструкції існуючих готельних підприємств.

Таким чином актуалізація Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області посприє розвитку гостинності в регіоні, а підприємства готельного господарства будуть більш привабливі не лише для українських мешканців, а й гостей з інших країн.



Рис. 3.2. Пропозиції щодо актуалізації Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області до 2026 року.

(Джерело: складено автором на основі [31,40,50])

В межах актуалізації Програми розвитку туризму і курортів Закарпатської області також важливим напрямом є продовження та розширення участі Закарпаття в державній програмі «Мандруй Україною» [51].

Важливим питанням для Закарпаття залишається формування брендингу територій. «Бренд – це унікальний ідентифікатор, символ або імідж, який відокремлює товар, послугу, організацію, регіон або навіть країну від конкурентів. Він виражає певний стиль, цінності та уявлення, а також надійно асоціюється з певними характеристиками або якостями» [52].

Таким чином культурна спадщина й історико-культурні ресурси туризму співпрацюють для залучення туристів, просування культурного та історичного досвіду певного регіону, розвитку готельного-ресторанного бізнесу і в цілому всієї інфраструктури сфери гостинності [53, с.99-105]. В загалі розробка брендів поки що залишається доволі новою практикою. Фахівці визначають певні проблеми, які стримують цей рух в різних регіонах України, а саме:

- відсутність науково-методичної бази, щодо формування бренду територій;
- відсутність практичного досвіду в цієї сфері;
- значні витрати, необхідні для реалізації стратегії брендингу територій.

Водночас продумана стратегія брендингу території або окремого міста значно впливає на розмір туристичних потоків та на всю інфраструктуру сфери гостинності.

Аналіз закордонного досвіду доводить, що на деяких територіях інших країн бренди створюються штучно і ні як не пов'язані з реальністю, навпаки в регіоні який досліджується, існує величезне підґрунтя для брендування міст та територій, але наявна культурна спадщина майже не використовується.

В вересні 2016 року Закарпаття отримало офіційний туристичний бренд області (рис. 3.4).



Рис. 3.2. Офіційний туристичний бренд Закарпатської області.

(Джерело: [54])

Наразі свої туристичні логотипи на Закарпатті мають Рахівщина, Ужгород, Синевир (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Туристичний логотип міста Ужгород.

(Джерело: [54])

Так на приклад, бренд «Синевир-ЕКО» позиціонує себе як бренд традиційних натуральних продуктів та екологічного туризму. Маючи ефективний і відомий бренд, міста та території зобов'язані дбати про його підтримку та популяризувати в інформаційному просторі. Так на цієї території було створено окремий інформаційний ресурс «Синевир ЕКО», на якому розміщена інформація про туристичні маршрути, заклади розміщення та харчування, місцеву продукцію та інші можливості для відпочинку на Синевирі [55]. Наявність цікавого бренду та інформаційної платформи збільшило кількість туристів та завантаженість закладів розміщення в Синевирській поляні, в декілька разів (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Готель «Верховинський Водограй 3*»
(Джерело: [56])

А наприклад, в місті Мукачево, яке вважають туристичною столицею Закарпаття ще в 2021 році почалася робота над розробкою та затвердженням бренду, але досі нового бренду місто не отримало.

В реаліях сьогодення пропонуємо згадати ідеї з питання створення бренду «Героїка опришків як туристичний бренд Закарпаття», який був запропоновано ще в 2012 році, але не набув наявного розповсюдження та поєднати його з українськими героями сучасності, тобто поєднати минуле та сучасне.

Наявність сучасних популярних брендів територій Закарпаття може значно збільшити туристичні потоки, посприє розвитку внутрішнього туризму, а з часом і в'їзного, що в свою чергу позитивно вплине на розвиток готельного господарства регіону.

Також пропонуємо більше уваги приділяти розробці та популяризації нових туристичних продуктів та маршрутів, які будуть розповсюджуватися за допомогою

розроблення привабливих рекламних матеріалів, відеороликів, путівників та іншого контенту, який демонструє різноманітність Закарпаття та переконує туристів вибрати цей регіон для подорожі, відновлювання, лікування тощо.

Карпатське інформаційне агентство та Карпатський центр полінгівих досліджень протягом грудня 2023 року провели експертне опитування з метою визначення громадських лідерів Закарпаття у різноманітних сферах життєдіяльності. Експертами було відібрано представників різноманітних сфер життєдіяльності суспільства, які у свою чергу виставили бали в розроблених експертних анкетах (від 0 до 10) [57].

Так у рамках Карпатської туристичної премії «КОЛИБА-2023» були названі найкращі об'єкти у своїх номінаціях:

«Кращий санаторій та рекреаційно-оздоровча установа» – геотермальний курорт «Косино-термал", Косонь, Термальні води Косино

«Кращий готельний комплекс» – мережа «Апартель», Шаян, Ужгород, Хуст

«Кращий фестиваль року» – "парад Миколайчиків-2023», Закарпаття

«Відкриття року» – відкриття «Сквер трьох яблук які змінили світ», парк Шенборна, Курорт Воеводино, Туря Пасіка, Voevodyno Resort

«Краща садиба» – Дача Циганівці.

«Краща гірськолижна база» – Гірськолижний комплекс "Красія", Вишка.

«Краща туристична атракція» – проєкт кінозалу та мультфільму «Історія замку Паланок», що популяризує історію Закарпаття, просвітницьку діяльність.

«Краща екскурсійна послуга» – проєкт «Екскурсія за донат», на підтримку ЗСУ.

Результати цього дослідження підтверджують можливості Закарпатської області в галузі розвитку туризму і рекреації і необхідності всебічної підтримки влади в налагодженні і активізації відповідних процесів[58](Додаток В).

Таким чином, туристична галузь є стратегічним напрямом економічного розвитку Закарпаття, який потребує максимальної консолідації зусиль для використання свого потенціалу. Реалізація затверджених планів є запорукою посилення ролі туризму, підвищення ролі регіону на внутрішньому та

міжнародному ринках, залучення інвестицій для розвитку інфраструктури, формування іміджу території.

Без реалізації хоча б частини цих стратегій, які розроблені в регіональних документах Закарпаття, неможливо досягти високого рівня розвитку туризму. Для досягнення цілей недостатньо створити такі документи; необхідно застосувати ідеї на практиці, об'єднавши зусилля державних установ, органів місцевого самоврядування та приватного туристичного сектору.

У контексті дослідження можна дійти висновку, що механізм формування стратегії розвитку туризму регіону складається з багатьох етапів та вимагає відповідного організаційного та нормативно-правового забезпечення.

Наведені пропозиції щодо розвитку туризму в Закарпатській області, які були розроблені в ході дослідження, є доповненням до формування стратегічних векторів розвитку регіону. Вони включають такі рішення, як: посилення співпраці між суб'єктами туристичної галузі та державними службовцями; розширення асортименту туристичних послуг та підвищення їх якості, створення спільних маркетингових організацій для популяризації туристичних об'єктів регіону, підвищення загальної якості життя населення Закарпаття.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження в рамках виконання кваліфікаційної роботи дало змогу

сформулювати наступні висновки.

В першому розділі кваліфікаційної роботи визначено значення готельного господарства як складової сфери гостинності країни. Проаналізовано наукові думки провідних фахівців відносно тлумачення таких дефініцій, як «готельне господарство та « готельна послуга». Визначною дефініцією для розуміння готельної діяльності виступає готель. Відповідно до Закону України “Про туризм” «Готель – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов’язковим обслуговуванням». Готельне господарство України орієнтовано на надання послуг розміщення та додаткових послуг, що і формує саме комплексний готельний продукт, рівень споживання якого залежить від руху зовнішніх та внутрішніх туристичних потоків, ділової активності та безпеки в країні. Міжнародним досвідом доведено, що єдиної класифікації готельних підприємств не існує, в зв’язку з національними особливостями окремих регіонів та країн, такими, як: національні традиції, культурно-історична спадщина, відмінності у критеріях зірності та ін..

Також досліджено наукові підходи визначення соціально-економічних чинників розвитку підприємств готельного господарства. Для визначення соціально-економічних чинників розвитку підприємств готельного господарства розкрито основні тенденції розвитку готельного бізнесу в світі. Спираючись на думку вище наведених науковців та беручи за основу теорію менеджменту, можливо стверджувати, що будь яке підприємство діє та розвивається під впливом зовнішніх чинників (макроекономічних та мікроекономічних). Доведено, що готельне господарство певного регіону має свою специфіку і відповідно складається та розвивається спираючись на чинники притаманні саме цьому регіону і їх не можливо не враховувати, в тому числі й геополітичні. Розвиток сучасного

готельного господарства обумовлено багатьма чинниками, які мають як внутрішній характер, завдяки особливостям галузі, так і зовнішній, який продиктовано змінами у функціонуванні національної і світової економіки. Саме тому для розвитку сучасного готельного господарства необхідно формування інноваційних процесів і поява тенденцій, які спираються як на глобалізацію ринку готельних послуг так і на врахування національних та регіональних особливостей розвитку локальних готельних підприємств.

У другому розділі кваліфікаційної роботи проаналізовано передумови розвитку готельного господарства в Закарпатській області. Закарпатська область є дуже перспективною з точки зору туристично-рекреаційної індустрії, умови для розвитку сфери гостинності були і залишаються одними з найкращих в Україні, а також вигідне географічне положення, існуючий багаторічний досвід і напрацювання у сфері гостинності роблять цей регіон доволі успішним. Закарпатська область характеризується всіма ознаками для розвитку туризму, готельно-ресторанного бізнесу, санаторно-курортного лікування, оздоровлення та відпочинку, орієнтованих як на внутрішнього так і на іноземного споживача. Разом з тим, в Закарпатській області, як і в інших регіонах України, не дивлячись на величезний потенціал існує доволі багато проблем та не вирішених питань в сфері гостинності.

Досліджено функціонування готельного господарства в Закарпатській області. Статистичні данні довоєнного періоду свідчать про те, що кількість спеціалізованих закладів розміщення поступово зменшувалась і це обумовлено моральним старінням та закриттям нерентабельних засобів розміщення, але спостерігалась тенденція відкриття малих та середніх засобів розміщення, наприклад невеликих готелів, хостелів, приватних садиб і т.п. Проводячи паралелі між дослідженням туристичних потоків та завантаженістю закладів розміщення, спираючись на загальнообласні статистичні показники можливо констатувати, що найбільша кількість відвідувачів відзначалась у 2019 році. Отже 2020–2021 роки стали абсолютно провальними для туризму та сфери гостинності, пандемія COVID-19 вплинула майже на всі сфери людської діяльності, але саме сфера гостинності зазнала майже найбільших збитків,

відсутність можливості пересуватися регіонами та країнами паралізувала сферу гостинності як в Україні так і у всьому світі. Починаючи з 2021 року ситуація в готельному господарстві поступово починає відновлюватися, підприємці будують плани на майбутні періоди, звертаються за допомогою до місцевої влади, активно починається процес брендування регіону, продовжується будівництво доріг. Повномасштабна війна на початку 2022 року ставить галузь практично на стоп, майже всі програми розвитку було призупинено, в перші місяці війни підприємства готельного господарства Закарпатської області або зачиняються або приймають тимчасово переміщених осіб. У перші сто днів від початку війни заповнення готелів та садиб сягало 100 відсотків, але це були вимушені переселенці. З початку літа більша частина переселенців починає роз'їжджатися та звільняти готелі. З осені 2022 року 40% готельних підприємств та підприємств рекреаційної галузі відновлюють свою діяльність, але в зв'язку з повною відсутністю зовнішніх туристичних потоків казати, про показники завантаженості закладів дуже складно.

Діагностика впливу соціально-економічних чинників на розвиток підприємств готельного господарства Закарпатської області наочно доводить, що чинники зовнішнього середовища не тільки впливають на прийняття рішень відносно розширення та збільшення кількості готельних підприємств регіону, але і визначають їх необхідність та обґрунтованість в тому чи іншому місці в середині області, надають можливість інвесторам приймати правильні рішення, збільшувати рівень зайнятості населення і як результат поліпшувати рівень доходів населення області в цілому. До внутрішніх чинників розвитку підприємств готельного господарства відносять в першу чергу споживачів відповідних послуг. Основними споживачами послуг сфери гостинності в Закарпатті є внутрішні та зовнішні туристи, що відвідують регіон з різними цілями. Враховуючи комплексний характер та взаємопов'язаність зазначених проблем зроблено аналіз чинників розвитку сфери гостинності Закарпатської області за допомогою SWOT-аналізу, який допомагає проаналізувати сильні і слабкі сторони, можливості і загрози та дозволяє визначити програмно-цільові шляхи їх вирішення. Такими проблемами виявилися: недостатньо розвинена інфраструктура та комунікації, невідповідність діяльності туристично-

інфраструктурних центрів та центрів просування туристичних послуг вимогам державних стандартів; недостатня інформованість туристів про наявні екскурсійні, анімаційні та інші туристичні послуги та продукти; недостатній рівень якості обслуговування, обмеженість додаткових послуг, слабка маркетингова політика. Споживачі послуг сфери гостинності не мають достатньої інформації про всі туристичні можливості регіону.

В третьому розділі кваліфікаційної роботи визначено тенденції розвитку готельного господарства Закарпатської області в сучасних умовах. Для реалізації плану розвитку сфери гостинності в регіоні необхідно впроваджувати проекти з суміжними галузями, вчасно вирішувати комунальні проблеми, такі як: безперебійна робота електромереж, водопостачання, зв'язку та проблеми пов'язані з безпекою населення та туристів. У зв'язку з тим, що Закарпатська область має великий потенціал з розвитку лікувально-оздоровчої діяльності, яка приваблює значну кількість туристів потрібно поширювати інформацію про ці перспективні напрямки туристичної та рекреаційної сфери в регіоні, що в свою чергу не можливо без сучасних закладів розміщення.

При розробці пріоритетних напрямів розвитку готельного господарства Закарпатської області необхідно спиратися на особливості розробки готельного продукту, які притаманні саме цьому регіону і особливо, наявності природно-рекреаційних ресурсів, які і визначають спеціалізацію готельних підприємств. Для актуалізації Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області розроблені наступні пропозиції:

- ❖ Створення сприятливих умов для переорієнтації готельних підприємств з небезпечних регіонів країни.
- ❖ Переорієнтація частини готельного господарства на реабілітацію, яка користується великим попитом, ревіталізація курортних готелів.
- ❖ Вивчення потенційного попиту на туризм та поширення міжнародної промоції Закарпатської області, як достатньо безпечного регіону України.
- ❖ Адаптація готельних підприємств до реалій воєнного часу та пошук нових форм обслуговування.

- ❖ Формування «відкладеної пропозиції» на ринку готельних послуг регіону.
- ❖ Оснащення готельних підприємств сховищами та автономним енергопостачанням.
- ❖ Розвиток еко-готелів на території регіону.
- ❖ Обґрунтування державних інвестицій для будівництва нових та реконструкції існуючих готельних підприємств.

В межах актуалізації Програми розвитку туризму і курортів Закарпатської області також важливим напрямом є продовження та розширення участі Закарпаття в державній програмі «Мандруй Україною».

Важливим питанням для Закарпаття залишається формування брендингу територій. «Бренд – це унікальний ідентифікатор, символ або імідж, який відокремлює товар, послугу, організацію, регіон або навіть країну від конкурентів. Він виражає певний стиль, цінності та уявлення, а також надійно асоціюється з певними характеристиками або якостями»

Також пропонуємо більше уваги приділяти розробці та популяризації нових туристичних продуктів та маршрутів, які будуть розповсюджуватися за допомогою розроблення привабливих рекламних матеріалів, відеороликів, путівників та іншого контенту, який демонструє різноманітність Закарпаття та переконує туристів вибрати цей регіон для подорожі, відновлювання, лікування тощо.

Наведені пропозиції щодо розвитку туризму в Закарпатській області, які були розроблені в ході дослідження, є доповненням до формування стратегічних векторів розвитку регіону. Вони включають такі рішення, як: посилення співпраці між суб'єктами туристичної галузі та державними службовцями; розширення асортименту туристичних послуг та підвищення їх якості, створення спільних маркетингових організацій для популяризації туристичних об'єктів регіону, підвищення загальної якості життя населення Закарпаття.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гузар, У., Голод, А., Паска, М., Феленчак, Ю., Федоришина, Л. (2022). Становлення індустрії гостинності як чинника підвищення конкурентоспроможності національної економіки. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 3(44), 208–215. URL: <https://doi.org/10.55643/fcaptr.3.44.2022.3596>
2. Круль Г., Заячук О. К. Організація і технологія надання послуг гостинності: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
3. Мартієнко А.І., Дишкантюк О.В. Сутність гостинності як економічної категорії. *Економіка: реалії часу* № 2 (30), 2017, С.72-79.
4. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб.: [для закладів вищої освіти] / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 484 с.
5. Сало Я. М. Організація обслуговування населення на підприємствах ресторанного сервісу 3-є вид., випр. і доп. Львів : Афіша, 2008. 301 с.
6. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. (2006). Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ : Видавничий Дім «Слово». 372 с.
7. Александрова В.О. Визначення чинників та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Економічні науки, 2017. № 45 (1266). С. 89–92. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/33904> (Дата звернення 05.02.2024)
8. Джеджула О. М., Волонтир Л. О. Діджиталізація як основний фактор розвитку індустрії гостинності у країнах Євросоюзу. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2021. № 3. С. 194-210. <https://doi.org/10.37128/2411-4413-2021-3-13>.
URL: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/29409.pdf>
9. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
10. Зайцева В.М. (заг. ред.) Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. 120 с.

11. Лупич О. О. Формування конкурентоспроможного готельного господарства регіону: дисертація. Ужгород, 2017. URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/14429>. (Дата звернення 07.02.2024)
12. Про затвердження національного класифікатора України ДК 021:2015 та скасування національного класифікатора України ДК 021:2007: наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі від 23.12.2015 р. № 1749. Законодавство України: сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1749731-15#n14> (Дата звернення 11.02.2024)
13. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. №324/95-ВР URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>. (Дата звернення 11.02.2024)
14. Батченко, Л., Гончар, Л., & Гуль, Є. (2022). Особливості економічного стратегування підприємств у сфері гостинності. Економіка та суспільство, (45). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-86> (Дата звернення 13.02.2024)
15. ДСТУ 4269:2003 НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАНДАРТ УКРАЇНИ. URL: <https://uhra.com.ua/wp-content/uploads/2021/02/%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3-4269.pdf> (Дата звернення 12.02.2024)
16. Корж, Н. В., & Онищук, Н. В. (2020). Вплив пандемії covid-19 на готельну галузь. Економічний простір, (156), 140-143. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-25>
17. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація готельного господарства: навчально-практичний посібник. К.: ФОП Гуляєва В. М., 2019. 204 с.
18. Грищенко, С. (2023). Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. Економіка та суспільство, (52). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-29> (Дата звернення 15.02.2024)
19. Хумарова, Н. І., Михайлюк, О. Л. Маркетингова політика просування послуг у готельному бізнесі України. Вісник соціально-економічних досліджень 2018. № 3 (67). С. 53–61.

20. Стегней М. І., Хаустова К. М. Мікроекономічні чинники розвитку підприємств сфери гостинності в регіоні. Бізнес Інформ.2020.№11.С.165–170. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-165-170>
21. Матвійчук, Л., Лепкий, М., & Молнар-Бабіля, Д. (2021). Регіональний аналіз розвитку готельного господарства в Україні. Економіка та суспільство, (31). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-68> (Дата звернення 16.02.2024)
22. Карта Закарпатської області.
URL: <https://maps.visicom.ua/c/22.83361,48.5915,8/f/ADMUA9H?lang=uk>
23. Папп, В. В. Вплив індустрії туризму на соціально-економічний розвиток регіону (на прикладі Закарпатської області). Сталий розвиток економіки. 2015. № 3. С. 138-146.
24. Іванов Є. Ландшафти гірничо-промислових територій. Львів: Видав. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2017. 334 с.
25. Курорт Воловець. URL: <https://karpatium.com.ua/naseleni-punkty/volovets>
26. Щука Г.П.Санаторно-курортні заклади Закарпаття: спроби інвентаризації. Матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конфеоретичні і прикладні напрямки розвиткутуризму та рекреації в регіонах України»(м. Київ, 11-12 травня 2023 р.). Дніпро:Національний авіаційний університет, 2023. С.66-74.
27. Природно-заповідний фонд України.
URL: <https://wownature.in.ua/oberihaymo/pryrodno-zapovidnyy-fond/>
- 28.Водоспад Шипіт. URL: <http://kolochava.com/ua/vdpochinok-u-kolochav/vodospad-shipt.html>
29. Проект «Мале Карпатське коло». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3195399-male-karpatske-kolo-vklucili-u-programu-velike-budivnictvo.html>
30. «Велике будівництво» в цифрах: у Закарпатті протягом 2021 року реалізували 26 проектів. URL: <https://carpathia.gov.ua/news/velike-budivnictvo-v-cifrah-u-zakarpatti-protyagom-2021-roku-realizuvali-26-proyektiv>
31. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021–2027 років. URL: http://dfrr.minregion.gov.ua/foto/projt_reg_info_norm-/2020/01/rsr_2027.pdf

32. Юлія Юхновська. Формування концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах // Галицький економічний вісник. Т. : ТНТУ, 2019. Том 57. № 2. С. 18–27.

33. Державне статистичне управління України.

URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm.

34. Богдан Н. М., Рябев А. А. Готельне господарство як інфраструктурна складова туристичної привабливості регіонів України. Інфраструктура ринку. 2019. №30. С. 263-272

35. Туристично-рекреаційний потенціал Закарпаття.

URL: <http://geography.tnpu.edu.ua/wpcontent/uploads/2016/11/212.pdf>

36. Графська, О., Підвальна, О., Боднарчук, Х. (2021). Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. Економіка та суспільство, (25). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-52>

37. Сайт Державної податкової служби України. URL: <https://tax.gov.ua/>

38. Зведені результати анкетування ефективності факторів пристосування підприємств до функціонування в умовах пандемії. Внутрішній документ. Ужгород: УжНУ. 2021

39. Чиняк В.В. Огляд впливу динаміки туристичних потоків на наповненість готельних підприємств Закарпатської області в період 2018–2020 рр. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2021. Випуск 3. С. 61–67. DOI: <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-3-9>.

40. Про програму розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2021 – 2023 роки. URL: <https://oda.carpathia.gov.ua/dokument/pro-programu-rozvytku-turyzmu-i-kurortiv-u-zakarpatskiy-oblasti-na-2021-2023-roky>

41. Туристичні потоки Закарпатської області. Головне управління статистики в Закарпатській області. URL: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 24.02.2024).

42. Сайт санаторію «Теплиця». URL: <https://teplyca.com.ua/uk/home-3/>

43. Морохович В. С., Лендел М. А., Морохович Б. В. Розвиток туризму Закарпатської області як складової туристичної галузі України // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2020. Вип. 60. С.12–17.

44. М. П. Мальська, В. Л. Кізима, І. З. Мункачій. Адаптація підприємств індустрії гостинності до вимог зовнішнього середовища. Економіка. Управління. Інновації. Серія :Економічні науки.2018.Вип.1.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2018_1_12

45. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.

46.Тітомир Л. А.,О.І.Данилова. Якість надання послуг як основа конкурентоспроможності готельних підприємств. Приазовський економічний вісник. 2020.- №1(18). С. 155-160. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-1-28>

47. SWOT-аналіз регіонального розвитку Закарпатської області. URL: https://oda.carpathia.gov.ua/sites/default/files/imce/191204_seo05.pdf

48.Лупич О.О. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності. Регіональні проблеми розвитку територіальних систем: теорія, практика, перспективи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Частина 3, 15-16 квітня 2016 р. / ред. кол. М.А. Лендел (гол. ред.) та ін. Ужгород: Вид-во «ФОП Сабов А.М.». С. 83 – 87

49. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.

50. Скляр Георгій. Трансформація розвитку сфери гостинності регіону у воєнний період. Матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції "Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект", м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. 352 с.

51. Концепція Державної цільової програми «Мандруй Україною». URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/rozpochinaietsya-gromadske-obgovorennya-proiektu-konceptsiyi-derzhavnoyi-cilovoyi-programi-mandruiy-ukrayinoyu>

52. Сич В. А., Яворська В. В., Коломієць К. В., Григор'єв О. В. (2022). Територіальний брендинг як фактор соціально-економічного розвитку

регіону. Вісник Одеського національного університету. Географічні та геологічні науки, 26(2(39)), 135–146. URL: [https://doi.org/10.18524/2303-9914.2021.2\(39\).246200](https://doi.org/10.18524/2303-9914.2021.2(39).246200)

53. Осієвська Ю. С. Культурна спадщина як драйвер соціокультурного розвитку на сучасному етапі: ефективність регіональної моделі. Культура і сучасність. 2022. № 1. С. 99–105.

54. Офіційний туристичний бренд Закарпатської області. URL: <https://pmg.ua/life/52056-zakarpattya-otrymalo-oficiynyy-turystychnyy-brend-oblasti>

55. «Синевир ЕКО». URL: <https://synevyreco.org.ua/>

56. Сайт готелю «Верховинський Водограй 3*». URL: <https://synevyrskarpolyana-ua.nochi.com.ua/>

57. Карпатське інформаційне агентство та Карпатський центр полігрових досліджень. URL: <https://www.0312.ua/news/3710700/za-rezultatami-opituvan-skladeno-rejting-lideriv-zakarpatta-2023-za-riznimi-napramkami>

58. За результатами опитувань складено рейтинг лідерів Закарпаття-2023 за різними напрямками. URL: <https://www.0312.ua/news/3710700/za-rezultatami-opituvan-skladeno-rejting-lideriv-zakarpatta-2023-za-riznimi-napramkami>

ДОДАТКИ

Сучасний стан, проблеми й шляхи розвитку прикордонної інфраструктури
Карпатського регіону

Переваги прикордонної інфраструктури	Проблеми функціонування і розвитку інфраструктури	Напрями вдосконалення
1	2	3
Вдале географічне положення: близькість до великих європейських регіонів - потенційних партнерів і загальний кордон із 4-а країнами ЄС	Відсутність розгалуженої мережі комунікацій між територіями. Наявність адміністративно-візових бар'єрів. Затримка вантажів та пасажиропотоків на кордонах країн ЄС і України.	Необхідна модернізація шляхів сполучення. Урегулювання договірних територіальних розбіжностей із суміжними державами, лібералізація візового режиму й т. д.
Вигідне геополітичне положення (близькість до співтовариств, що перебувають на більш високому ступені розвитку демократії).	Відсутність загальної стратегії реалізації конкретних проектів	Спільна участь у партнерських проектах з українськими й іноземними партнерами. Обмін досвідом між адміністративними органами вивчення практики ефективного муніципального управління в Україні й суміжних країнах.
Наявність загальних прикордонних територій, пов'язаних із «прикордонним співробітництвом»	Дисбаланс регіонального та європейського законодавства (нерівні умови конкуренції та неузгодженість економічного законодавства сусідніх держав). У спільних угодах відсутні механізми й способи фінансового забезпечення співробітництва. Наростають кризові явища (відчувається недолік нових ідей і форм співробітництва). Учасники прикордонного співробітництва відчують дефіцит потрібної інформації.	Вирівнювання масштабів і напрямів прикордонного співробітництва шляхом збільшення повноважень місцевих органів самоврядування, а також подальше зростання його ролі в діяльності місцевих співтовариств та інтересів місцевої громадськості. Планування прикордонної інфраструктури (співробітництво у випадках виникнення надзвичайних ситуацій і т. д.). Удосконалення правових відносин ЄС - Україна на базі заснованих інститутів співробітництва. Усунення диспропорції, пов'язаних з адміністративними, правовими й економічними відмінностями між суміжними країнами.

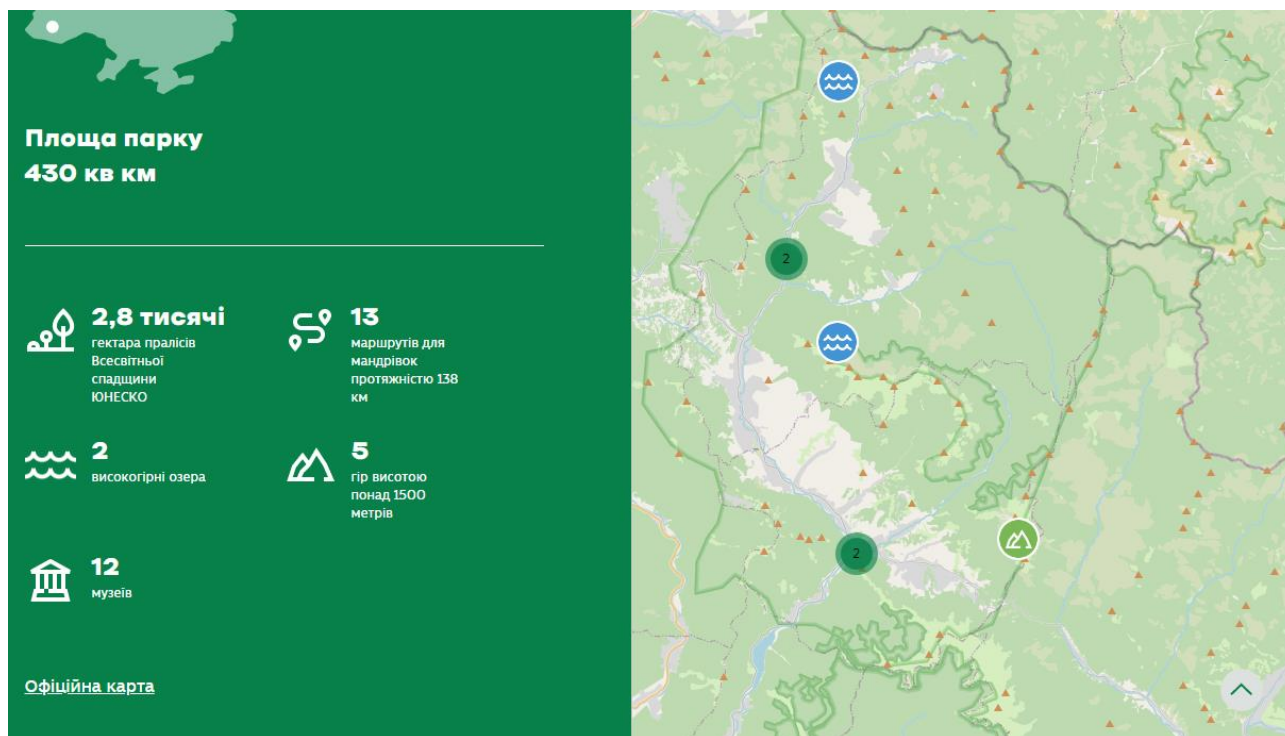
Продовження Додатку А

1	2	3
Достатній рівень ринкових відносин і стартових умов взаємодії на міждержавному й регіональному рівнях, стан нормативноправової бази й вихідної інфраструктури.	Для західноєвропейських країн пріоритетом є вдосконалення розвинутої багаторівневої системи взаємовідносин. Для Східної Європи головна мета - відновлення співробітництва всіх рівнів на території країн колишнього СРСР і РЕВ. Можливості країн, що не є членами ЄС, багато в чому залежать від рішень на центральному рівні.	Прискорений вихід українських підприємств на європейські ринки й прискорення інтеграції в європейський економічний простір. Стимулювання муніципальних чиновників і місцевих підприємців щодо користування інструментами бізнес-планування (стратегічне планування, 8^0T-аналіз, інвестиційне проектування, підготовка інвестиційної документації, фінансовий менеджмент).
Наявність потенціалу та економічної доцільності для прикордонної торгівлі й бізнесу.	Україна є джерелом ресурсів і ринком збуту кінцевої продукції, що веде до позитиву для ЄС, а не для України. Неузгодженість економічного законодавства сусідніх держав.	Розвиток прикордонної інфраструктури (прикордонні переходи, дорожні розв'язки, телекомунікації). Зменшення часу затримки вантажів на кордонах країни шляхом прискорення митного огляду.
	Українська система стандартизації не адаптована до європейських стандартів якості. Відсутність єдиної інформаційної митної системи (неузгоджені митні коди товарів і внутрішні товарні коди). Високі мита і ввізні активи України.	Оптимізація адміністративних витрат й утрат під час перетинання кордону товарами й громадянами. Усунення диспропорцій у зовнішньоторговельному обігу країни й регіону. Розвиток бізнесу уздовж транзитних коридорів (консультування з питань імпорту/експорту, обмін досвідом, установлення бізнес-контактів і партнерських мереж і т. д.).

Продовження Додатку А

1	2	3
Фінансові інвестиції	ї Відсутня уніфікована система якості переміщуваних через кордон товарів і послуг. Низька інвестиційна активність через відсутність достовірної інформації про потенційних інвесторів і суб'єктів господарювання в регіоні. Інвестиційні проекти не відпрацьовані на відповідність загальноприйнятим міжнародним стандартам і не викликають інтересу в інвестора. Низька зацікавленість банків (України) у кредитуванні великих проектів + неприваблива кредитна політика в порівнянні з банками ЄС.	Забезпечення доступу до стандартів інших країн і врегулювання вітчизняної системи якості. Створення спільного статистичного обліку вантажів, переміщуваних через кордон. Пропаганда успіхів, досягнутих у результаті реалізації проектів у суб'єктах України. Зменшення/усунення адміністративних бар'єрів (тривалий період повернення експортного ПДВ, бюрократизм при подачі й розгляді інвестиційних заявок, несамотійність регіональної влади в регулюванні й наданні податкових і неподаткових пільг інвесторам).
Інтенсифікується прикордонне співробітництво в галузі освіти, культури, спорту (наявність загальної історичної спадщини природного потенціалу)	Віддаленість культур. Політичні особливості прикордонних територій. Розрив у рівні розвитку й нерівномірність в економічній, культурній і соціальній сферах.	Налагодження прямих контактів між органами місцевого самоврядування Карпатського регіону і прилеглих територій. Співробітництво у сферах культури й освіти, збереження етнічної культури. Гуманітарна допомога соціально незахищеним групам населення; участь у реалізації міжнародних проектів. Децентралізація зовнішньоекономічної діяльності й розширення повноважень органів місцевого самоврядування в цій сфері. Розвиток туризму (планування, поліпшення інфраструктури, послуг і т. д.).

Національний природний парк «Синевир»



Карпатська туристична премія «КОЛИБА-2023»

