

Потьомкін Д.М.

## ЕФЕКТИВНИЙ РИНОК ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ – ВАЖЛИВА СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро

У статті розглянуто динаміку розвитку готельного ринку України; виконано аналіз економічного стану та фінансових результатів діяльності підприємств готельного бізнесу. Висвітлено негативні та позитивні тенденції функціонування і розвитку підприємств галузі. За відзначеними тенденціями запропоновано можливі способи підвищення конкурентоспроможності та формування стратегії просування послуг підприємств індустрії гостинності.

**Ключові слова:** ринок готельних послуг; готельне господарство; фінансовий результат; стратегія просування; конкурентоспроможність; туризм.

### *Постановка проблеми*

В усьому світі, навіть в країнах, що розвиваються, готельний бізнес є одним з привабливих для інвесторів, а його рентабельність у розвинутих країнах не буває нижчою за 40%, при цьому досягаючи в «туристичних» зонах відмітки 100%. Щодо України, то будучи унікальною країною з унікальними природно-кліматичним потенціалом, вона має всі ресурси для підвищення конкурентоздатності економіки на основі використання культурно-природничих можливостей. Але на думку спеціалістів, значні потенційні можливості розвитку цієї галузі залишаються нереалізованими. Вибагливість клієнтів щодо рівня сервісу зростає, конкуренція та несприятлива економічна ситуація висувують нові вимоги щодо якості та ефективності функціонування підприємств готельного бізнесу. Саме тому проблеми забезпечення належного рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств готельного бізнесу на основі якісного аналізу умов їх функціонування набувають високої актуальності.

### *Аналіз останніх досліджень і публікацій*

Значний внесок у розробку питань побудови статистичного інструментарію та статистико-економічного аналізу господарювання підприємств готельного господарства зробили вітчизняні вчені-статистики. Теоретичні, методологічні та організаційні аспекти цих проблем знайшли відображення у наукових працях Балахонової О.В., Керанчук Т.Л., Остапенко Я.О., Городні Г.А., Іванової Ю.В., Мазур В., Полтавської О.В. Проценко Я.В., Соколюк Г.О., Ткаченко Т.І., Шишкіна О.В. та інших науковців.

Але тема статистичного аналізу та дослідження тенденцій розвитку ефективного ринку

готельних послуг залишається маловивченою і потребує подальшого дослідження.

### *Мета статті*

Головна мета цієї роботи полягає у статистичному аналізі та дослідженні тенденцій розвитку підприємств готельного господарства України; в наданні рекомендацій з усунення визначених проблем і пропозиції заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу.

### *Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми*

Незважаючи на велику кількість наукових досліджень і публікацій із зазначеної проблематики, залишаються ще недостатньо опрацьованими та розкритими питання забезпечення належного рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств готельного бізнесу на основі аналізу умов середовища їх функціонування.

### *Виклад основного матеріалу*

Україна – це країна, яка має унікальний природно-кліматичний потенціал. На думку спеціалістів у країні є всі ресурси для підвищення конкурентоздатності її економіки на основі використання культурно-природничих можливостей. Але значні потенційні можливості залишаються нереалізованими. Спостерігається неефективне функціонування такої важливої складової соціально-економічного розвитку економіки України як ринок готельних послуг. Негативно вплинули на розвиток цієї галузі глибока політична та економічна криза, окупація Автономної Республіки Крим та війна на сході країни. Ці події призвели до значного зменшення кількості туристів в Україні, що сприяло підви-

щенню рівня конкуренції між готелями за платоспроможного клієнта. Жорстка конкуренція потребує від учасників ринку готельних послуг уміння формувати стійку і дієву конкурентну перевагу та розробляти ефективні заходи з просування своїх послуг.

Термін «готель» походить від латинського *hostel* та англосаксонського *hospitality*, що в перекладі означає «гостинність», а також старофранцузького *hosprice*, тобто «гість». Тому готельне господарство називають індустрією гостинності.

«Готельні підприємства в структурі індустрії туризму й гостинності виконують ключові функції, формують і пропонують споживачам комплексний готельний продукт, у просуванні якого беруть участь всі сектори й елементи туризму й гостинності» [1, с.50].

На даному етапі розвитку готельне господарство передбачає надання послуг з розміщення, харчування та обслуговування, тобто являє собою комплекс заходів з задоволення потреб споживачів, забезпечуючи при цьому комфортність перебування гостей. Головною метою

діяльності підприємств готельного господарства є надання бездоганного обслуговування.

На сучасному етапі загальна кількість суб'єктів, які займаються готельною діяльністю в Україні, налічує понад 2500 підприємств. При цьому, починаючи з 2005 року спостерігається зростання кількості готельних підприємств [2].

Підвищення темпів зростання кількості підприємств готельного господарства пояснюється необхідністю забезпечення проведення Євро-2012, однією з основних переваг якого стало кількісне та якісне збільшення номерного фонду країни: лише в приймаючих містах кількість готелів зросла на 114% у порівнянні з 2011 роком.

За кількістю готелів Україна відстає від розвинених країн Європи: нормою вважають, коли населений пункт забезпечений такою кількістю готельних місць, яка становить 1% від загальної кількості його населення. Так, за Європейськими нормативами у Києві повинно бути щонайменше 20 тис. готельних місць (загальна кількість становить 8,7 тис., що вдвічі менше, ніж у Москві, і в 6 разів менше, ніж у Парижі).

Таблиця 1

Динаміка розвитку готельного господарства України за 1995–2016 роки

Рік	Кількість підприємств готельного типу, од.		Кількість номерів, од.		Житлова площа всіх номерів, тис. м <sup>2</sup>	
	Абсолютне значення показника, од.	Темп зростання, %	Абсолютне значення показника, од.	Темп зростання, %	Абсолютне значення показника, тис. м <sup>2</sup>	Темп зростання, %
1995	1396	–	62360	–	1032,3	–
1996	1368	–2,01	60601	–2,82	999,9	–3,14
1997	1375	0,51	58464	–3,53	1002,1	0,22
1998	1328	–3,42	55487	–5,09	1010,7	0,86
1999	1326	–0,15	51450	–7,28	948,7	–6,13
2000	1308	–1,36	51012	–0,85	949,1	0,04
2001	1258	–3,82	49966	–2,05	947,9	–0,13
2002	1254	–0,32	51107	2,28	977,0	3,07
2003	1218	–2,87	50412	–1,36	997,8	2,13
2004	1192	–2,13	50414	0,00	1012,2	1,44
2005	1232	3,36	51686	2,52	1072,4	5,95
2006	1269	3,00	53645	3,79	1120,2	4,46
2007	1420	11,90	62165	15,88	1313,6	17,26
2008	1595	12,32	71580	15,15	1508,4	14,83
2009	1684	5,58	76019	6,20	1624,6	7,70
2010	1731	2,79	79833	5,02	1700,6	4,68
2011*	3162	82,67	76986	–3,57	1624,6	–4,47
2012	3144	–0,57	81441	5,79	1805,3	11,12
2013	3582	13,93	89685	10,12	1996,1	10,57
2014	2644	–26,19	69237	–22,80	1604,8	–19,60
2015	2478	–6,28	68241	–1,44	1594,35	–0,65
2016	2534	2,26	70081	2,70	2468,41	54,82

Примітка: \* – для дослідження обрано показники за останні шість років, так як Державною службою статистики до 2010 р. та після 2010 р. застосовувалась різна методика обробки показників, обумовлена зміною Класифікатора видів економічної діяльності. Розраховано автором на основі [3].

Кількість готелів в Україні, порівняно з туристськими країнами світу незначна, у Великій Британії, наприклад, функціонує близько 260 тис. готелів [4, с.35] .

Динаміка розвитку готельного господарства України відображена в табл.1.

Виходячи з даних, наведених у табл. 1, можна стверджувати, що протягом останніх років відбувається укрупнення готелів та аналогічних засобів розміщення, а зменшення показників у 2014–2016 рр. пов'язано з економіко-політичною та фінансовою нестабільністю країни.

Підприємства готельного господарства функціонують здебільшого в курортних зонах, або бізнес-регіонах України.

Розподіл підприємств готельного господарства України за регіонами відображено в табл.2.

Найбільше підприємств готельного господарства знаходиться у Львівській (11,33%), Одеській (9,16%), Закарпатській (8,33%), Івано-Франківській (8,96%) областях та м. Києві (6,51%).

Найменше готельних підприємств розташо-

вано в Луганській області: 0,91% від загальної кількості готелів та аналогічних засобів розміщення.

В останні роки намітилась тенденція до структурних зрушень в області реалізованих послуг підприємствами готельного господарства (рис. 1).

Якщо до 2012 року реалізація більшої частки послуг забезпечувалась саме готельними підприємствами (78%), то вже в 2012 році намітилась тенденція до скорочення питомої ваги готелів в загальному обсязі реалізації на 3% за рахунок збільшення частки послуг, що реалізовувались іншими закладами розміщення. Цю тенденцію можна розцінювати як позитивну, оскільки це може бути свідченням збільшення дрібних закладів розміщення, наприклад, мотелів і готелів сімейного типу. У країнах Європи кількість великих готелів становить 15–25% від загальної кількості готельних господарств; 75–85% – мотелі та готелі сімейного типу. За даними аналізу структури готельного господарства

Таблиця 2

Розподіл підприємств готельного господарства України за 2014–2016 рр. по областях

Регіон	2014				2015				2016			
	Юридичні особи	Фізичні особи	Усього	% до загальної кількості	Юридичні особи	Фізичні особи	Усього	% до загальної кількості	Юридичні особи	Фізичні особи	Усього	% до загальної кількості
Україна	1086	1558	2644	100	1 021	1457	2 478	100	980	1554	2534	100
м. Київ	130	27	157	5,94	121	26	147	5,93	106	59	165	6,51
Вінницька	19	54	73	2,76	20	55	75	3,03	19	41	60	2,37
Волинська	23	41	64	2,42	23	43	66	2,66	20	41	61	2,41
Дніпропетровська	87	59	146	5,52	79	60	139	5,61	70	68	138	5,45
Донецька	36	14	50	1,89	26	18	44	1,78	24	22	46	1,82
Житомирська	25	34	59	2,23	25	33	58	2,34	23	47	70	2,76
Закарпатська	49	180	229	8,66	47	166	213	8,60	45	166	211	8,33
Запорізька	46	79	125	4,73	38	48	86	3,47	32	82	114	4,50
Івано-Франківська	51	161	212	8,02	46	154	200	8,07	49	178	227	8,96
Київська	51	38	89	3,37	49	38	87	3,51	59	55	114	4,50
Кіровоградська	18	30	48	1,82	16	25	41	1,65	13	17	30	1,18
Луганська	10	3	13	0,49	12	11	23	0,93	11	12	23	0,91
Львівська	145	128	273	10,33	131	142	273	11,02	133	154	287	11,33
Миколаївська	32	57	89	3,37	25	41	66	2,66	28	46	74	2,92
Одеська	81	154	235	8,89	90	160	250	10,09	88	144	232	9,16
Полтавська	49	57	106	4,01	48	57	105	4,24	43	33	76	3,00
Рівненська	14	36	50	1,89	14	32	46	1,86	16	29	45	1,78
Сумська	23	18	41	1,55	21	13	34	1,37	19	18	37	1,46
Тернопільська	14	44	58	2,19	14	43	57	2,30	14	45	59	2,33
Харківська	48	77	125	4,73	46	77	123	4,96	49	59	108	4,26
Херсонська	23	86	109	4,12	23	47	70	2,82	27	65	92	3,63
Хмельницька	33	51	84	3,18	32	38	70	2,82	31	40	71	2,80
Черкаська	27	46	73	2,76	25	50	75	3,03	24	56	80	3,16
Чернівецька	21	70	91	3,44	20	67	87	3,51	16	63	79	3,12
Чернігівська	31	14	45	1,70	30	13	43	1,74	21	14	35	1,38

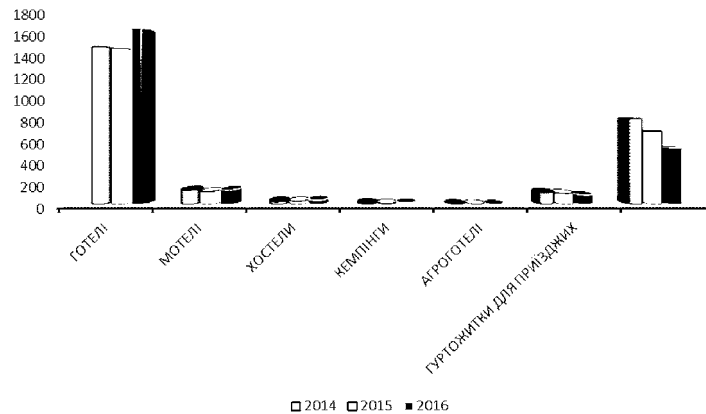


Рис. 1. Структура підприємств готельного господарства України за роками (2014–2016)

Таблиця 3  
Фінансові результати діяльності підприємств (юридичні особи) готельного господарства України за 2014–2016 рр.

Показники	Роки		
	2014	2015	2016
1. Доходи від наданих послуг (без НДС, акцизів та аналогічних платежів) в тому числі (тис. грн):	2972268,4	4538617,0	5784279,4
від продажу номерів	2135689,4	3203315,1	4316879,8
від реалізації путівок	70655,0	150494,2	28025,1
від додаткових послуг	765924,0	1184807,7	1439374,5
2. Операційні витрати (тис. грн):	4066433,2	6028865,8	5056463,5
матеріальні витрати	779613,0	1206329,6	1643133,6
оплата праці	723747,6	877675,7	961861,2
відрахування на соціальні заходи	239642,2	279279,6	195099,4
відрахування на амортизацію	449988,2	548533,1	569827,8
інші операційні витрати	1873442,2	3117047,8	1686541,5
3. Інші витрати (тис. грн)	199204,0	254515,1	229880,5
4. Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування (п. 1–п. 2–п. 3)	-1293368,8	-1744763,9	497935,4
5. Рентабельність продаж (послуг), %	-43,51	-38,44	8,61

Таблиця 4  
Фінансові результати діяльності підприємств (фізичні особи-підприємці) готельного господарства України за 2014–2016 рр.

Показники	Роки		
	2014	2015	2016
1. Доходи від наданих послуг (без НДС, акцизів та аналогічних платежів) в тому числі (тис. грн.):	432170,6	573521,8	925875,8
2. Витрати (тис. грн):	267803,8	360542,9	583591,9
3. Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування (п. 1–п. 2)	164366,8	212978,9	342283,9
4. Рентабельність продаж (послуг), % (п. 3/п. 1)×100%	38,03	37,14	36,97

Таблиця 5  
Продуктивність праці працівників підприємств готельного господарства України по роках (2014–2016)

Показники	Юридичні особи			Фізичні особи-підприємці		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Доходи від наданих послуг (без НДС, акцизів та аналогічних платежів) в тому числі (тис. грн.)	2972268,4	4538617,0	5784279,4	432170,6	573521,8	925875,8
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	23198	22018	21306	3446	3386	6872
Продуктивність праці (п.1 / п.2), тис.грн/особу	128,13	206,13	271,49	125,41	169,38	134,73

України, такі форми готельного господарства як мотелі, кемпінги, молодіжні бази, які надзвичайно поширені в інших країнах, в Україні практично не розвинуті. Та як свідчить міжнародний досвід, саме такі підприємства могли б дати істотний поштовх розвитку галузі та створенню додаткових робочих місць.

На користь дрібних готельних господарств і готельних господарств, що утримуються підприємцями-фізичними особами свідчать фінансові результати діяльності підприємств готельного господарства за 2014–2016 рр. (табл. 3 та табл. 4), при тому, що показники продуктивності праці працівників підприємств готельного господарства (юридичні особи) у 2014–2016 рр. (табл. 5) говорить на користь цих підприємств.

Важливим показником ефективної діяльності підприємств готельного бізнесу є показник використання місткості готелів.

Динаміку використання місткості готелів та аналогічних засобів розміщення за 2014–2016 роки по областях України відображено на рис. 2 (підприємці-юридичні особи) та на рис. 3

(підприємці-фізичні особи).

Порівнюючи показники двох діаграм (рис. 2, рис. 3), бачимо, що динаміка використання місткості готелів, що утримуються фізичними особами-підприємцями, мало відрізняється від динаміки використання місткості великих і середніх готелів (юридичні особи) в 2014–2016 рр. по областях України.

Цікавим є те, що завантаження готелів є сезонним (в областях, що не належать до активних туристичних зон, влітку вона найнижча, в курортних же зонах – влітку та взимку вона найвища). Також завантаження готелів протягом року, як правило, ще нерівномірне і за днями тижня – на вихідних воно знижується, зростаючи в будні за рахунок тих осіб, які перебувають у відрядженні.

Порівняння фінансових результатів діяльності підприємств готельного господарства України за 2014–2016 рр. (юридичні особи) з фінансовими результатами діяльності підприємств готельного господарства, що утримуються фізичними особами-підприємцями за 2014–2016 рр.

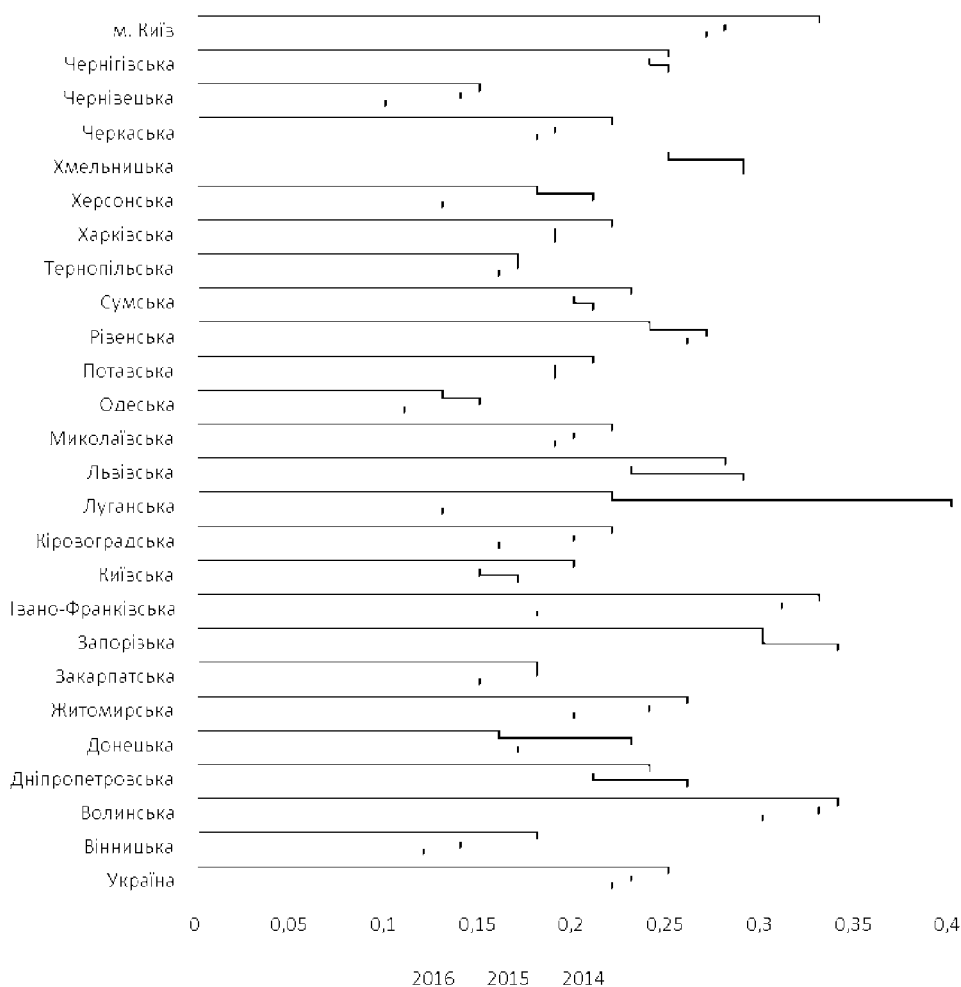


Рис. 2. Динаміка використання місткості готелів (юридичні особи) і аналогічних засобів розміщення в 2014–2016 рр. по областям України

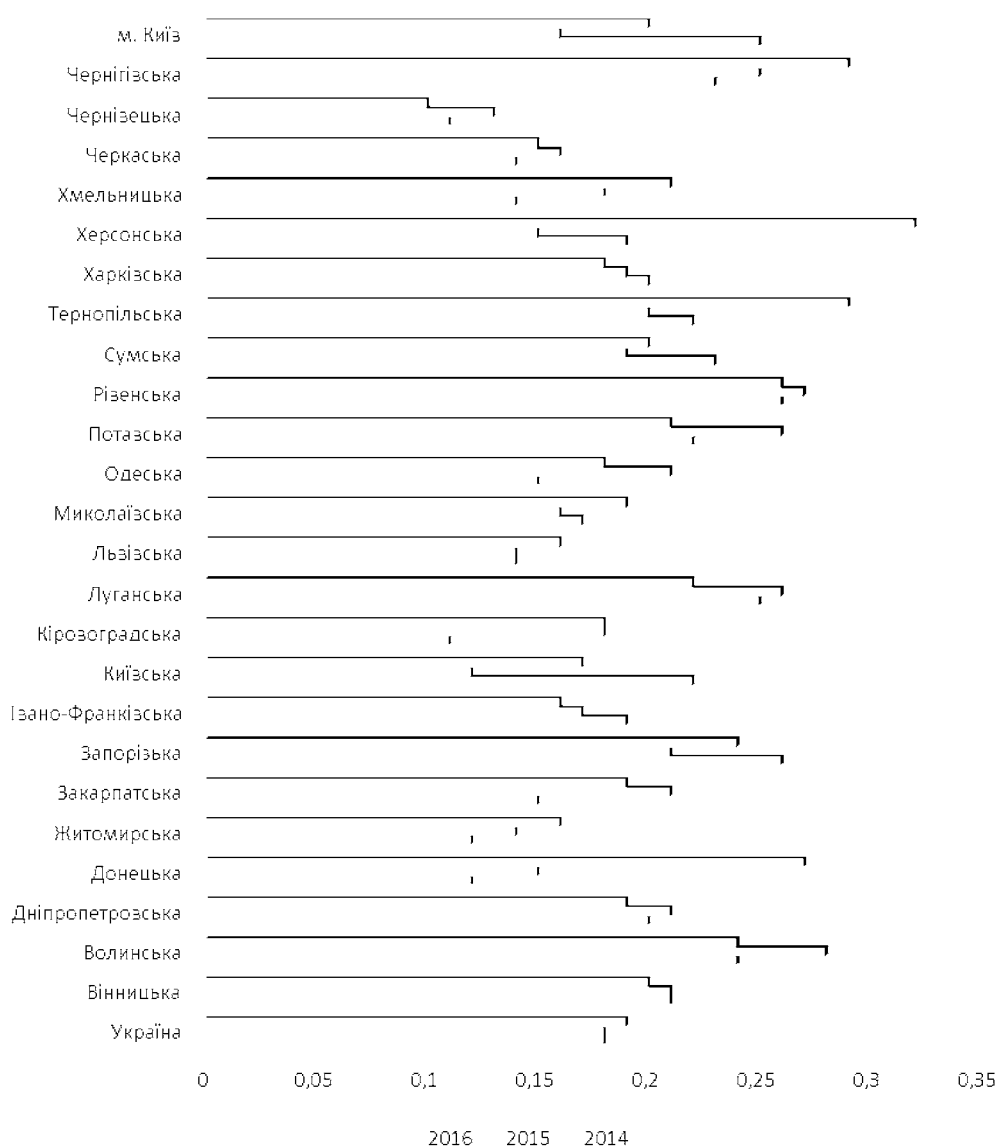


Рис. 3. Динаміка використання місткості готелів (фізичні особи-підприємці) та аналогічних засобів розміщення в 2014–2016 рр. по областях України

свідчить про збиткову діяльність великих підприємств у 2014–2015 рр.: – 43,51% , –38,44%, відповідно. Лише у 2016 році діяльність великих і середніх підприємств готельного господарства була рентабельною: 8,61%. Але показник рентабельності підприємств готельного бізнесу, що утримуються підприємцями – фізичними особами, значно перевищує цей показник у великих готелів і дорівнює 36,97%.

Таким чином фізичні особи-суб'єкти підприємницької діяльності, які переважно утримують невеличкі готелі та є власниками приватних будинків і квартир, створюють суттєву конкуренцію підприємствам готельного господарства, у т. ч. великим готелям. Вони пропонують відвідувачам повний спектр основних і додаткових готельних послуг при значно нижчій їх вартості. Питома вага таких підприємств скла-

дає понад 50%[5. с.1219].

Жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті готелі, які можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу, про що свідчать показники продуктивності праці працівників підприємств готельного господарства України за 2014–2016 рр. (табл. 5).

Виконаний аналіз діяльності підприємств готельного бізнесу дозволив визначити проблеми сучасного ринку готельних послуг в Україні та пропозиції щодо їх вирішення (табл. 6).

#### Висновки і пропозиції

Виконаний аналіз динаміки розвитку готельного господарства України, використання місткості готелів та аналогічних засобів розміщення за 2014–2016 рр. по областях України, а



Проблеми сучасного ринку готельних послуг в Україні та пропозиції щодо їх вирішення

Рівень проблеми	Коротка характеристика	Пропозиції щодо вирішення
Законодавча база	Недосконалість	Формування пакета законодавчих документів, які мають визначити правові, економічні та організаційні засади створення та подальшого розвитку конкурентних відносин на ринку готельних послуг
Матеріально-технічна база	Невідповідність більшості готелів вимогам міжнародних стандартів і недосконалість номерного фонду	Проведення реконструкції, модернізації та будівництва об'єктів туристичної сфери за рахунок власних коштів підприємств та інвестицій, у тому числі іноземних
Рівень комфорту готелів	Незбалансованість складу та структури наявних готелів за рівнем комфорту	Підвищення якості наданих послуг і переробка стандартів ISO серії 9000 з метою забезпечення взаємозв'язку з конкурентоспроможністю підприємства
Функціональна структура	Занадто висока частка підприємств готельного типу та мізерна мотелів, кемпінгів, молодіжних баз, які надзвичайно поширені в інших країнах	Розвиток малого та середнього бізнесу з надання туристичних і готельних послуг з акцентом на внутрішній ринок користувачів України
Цінова політика		
Рівень рентабельності	Відсутність або недосконалість систем управління результативністю діяльності	Запровадження адекватних зовнішнім та внутрішнім умовам функціонування підприємств комплексних контролінгових систем управління
Якість послуг	Проблема підготовки висококваліфікованого персоналу	Підготовка фахівців для готельного та ресторанного бізнесу в провідних навчальних закладах країни зі стажуванням за кордоном
Інфраструктурні елементи	Відсутність постачальників інформації про стан готельно-ресторанного ринку як бази для аналізу зовнішнього середовища	Запровадження спеціальних моніторингових систем взаємного інформування учасників ринку

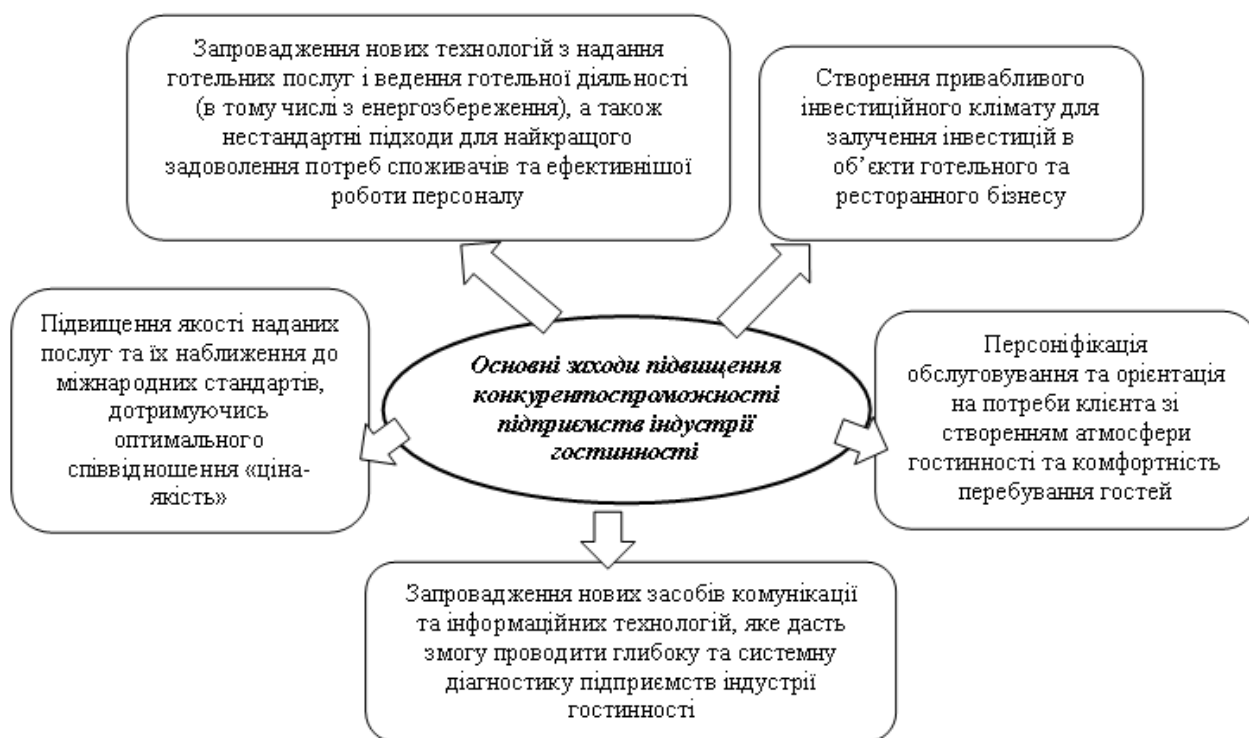


Рис. 4. Основні заходи підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності

також тенденції зміни готельного фонду дозволяє зробити висновок, що дана галузь економічної діяльності є перспективною сферою капіталовкладень, оскільки розвивається достатньо швидкими темпами, зумовлює рівень зайнятості у відповідних регіонах, створює матеріальну базу для розвитку туризму. На рис. 4 запропоновано заходи з підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства України.

Особливої уваги потребує розвиток підприємств готельного господарства, що утримуються фізичними особами-підприємцями, бо як свідчить міжнародний досвід, саме такі підприємства могли б дати істотний поштовх розвитку галузі та створенню додаткових робочих місць.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Балахонова О.В., Дячук Т.М., Заїкіна М.В. Бухгалтерський облік готельних послуг / О.В. Балахонова, Т.М. // Оцінка перспектив розвитку економічного потенціалу України в XXI ст.: мат. міжнародної науково-практичної. – К.: Київський економічний науковий центр, 2011. – Ч. II. – С.49-51.
2. Статистичний бюлетень «Колективні засоби розміщення в Україні у 2014, 2015 та 2016 роках році». – [Електронний ресурс] / Держ. служба статистики – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Керанчук Т.Л. Сучасний стан та проблеми розвитку підприємств готельного і ресторанного бізнесу // Економічні науки. – 2013. – № 4 (20). – С.34-42.
5. Остапенко Я.О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку // Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. – 2015. – № 8. – С.1216-1221.
6. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч. Посібник. – К.: Кондор-Вид-во, 2012. – 436 с.
7. Иванова Ю.В. Современное состояние и проблемы развития делового туризма в республике Беларусь // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво – 2013. – № 5 (74).– С.140-144
8. Мазур В. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу / В. Мазур // Журнал Європейської економіки. – 2015. – Том 14 (№ 3). – С.273-286
9. Полтавська О.В. Аналіз чинників конкурентоздатності у процесі стратегічного розвитку підприємств готельного бізнесу // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 21. – С.53-57
10. Полтавська О.В. Забезпечення ефективності функціонування підприємств готельного господарства // Економіка та держава. – 2016. – № 11. – С.25-29
11. Проценко Я.В. Управління фінансовою стабільністю підприємств готельного господарства в умовах кризи // Формування ринкових відносин в Україні. – 2016. – № 9 (184). – С.110-115
12. Соколюк Г.О., Прилепа Н.В. Формування стратегії конкуренції підприємств готельно-ресторанного бізнесу // Університетські наукові записки – 2016. – № 60.– С.186-194
13. Ступень Н.М. Удосконалення методів еколого-економічного управління розвитком рекреаційних територій // Економіка та держава. – 2016. – № 11. – С.34-38
14. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко та ін.; за заг.ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. Нац. Торг.-економ. ун-т, 2010. – 596 с.
15. Хлюст Л.П. Теоретические подходы к оценке эффективности рекламной деятельности туристического предприятия // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво – 2013. – № 5 (74).– С.157-160
16. Шишкіна О.В. Динаміка розвитку малих готелів м. Одеси // Актуальні проблеми економіки. – 2017. – № 1 (187). – С.313-325.

Надійшла до редакції 25.10.17  
Рецензент: д.е.н., проф. Ткаченко А.М.

## ЭФФЕКТИВНЫЙ РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ – ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ

*Потемкин Д.Н.*

*В статье рассмотрена динамика развития гостиничного рынка Украины; проведен анализ экономического положения и финансовых результатов деятельности предприятий гостиничного бизнеса. Отражены негативные и позитивные тенденции функционирования и развития предприятий отрасли. По отмеченным тенденциям предложены возможные способы повышения конкурентоспособности и формирования стратегии продвижения услуг предприятий индустрии гостеприимства.*

**Ключевые слова:** рынок гостиничных услуг; гостиничное хозяйство; финансовый результат; стратегия продвижения; конкурентоспособность; туризм.

## AN EFFICIENT MARKET FOR HOTEL SERVICES AS AN IMPORTANT COMPONENT OF THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

*Potemkin D.N.*

*The dynamics of development of the hotel market of Ukraine is considered in the article; An analysis of the economic situation and financial performance of the hotel business. Negative and positive tendencies of functioning and development of the industry enterprises are reflected. According to the mentioned tendencies, possible ways of increasing competitiveness and forming a strategy for promoting the services of the hospitality industry are suggested.*

**Keywords:** hotel services market; Hotel economy; financial results; Promotion strategy; competitiveness; tourism.