

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

УДК 640.4(477.74):005.591.3

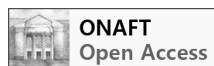
ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ ECONOMIC PREREQUISITES FOR THE DEVELOPMENT OF HOSPITALITY INDUSTRY IN ODESA REGION

Тітомир Л. А., канд. техн. наук, доцент, Данилова О. І., канд. хім. наук, ст. наук. співробітник,
Пацела О. А., асистент

Одеська національна академія харчових технологій
Titomir L. A., Danylova O. I., Patzela O. A.
Odessa National Academy of Food Technologies

Copyright © 2016 by author and the journal "Scientific Works".

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Наведений аналіз сучасного стану готельної індустрії Одеської області, здійснено розгляд недоліків і визначення перспектив розвитку індустрії гостинності в цьому регіоні. Зазначено, що завдяки особливостям економіко—географічного розташування, розвинутій транспортній мережі, благодатним природно—кліматичним умовам, наявності пам'ятників природи, архітектури, історії та культури в Одеській області наявні передумови для формування і розвитку високорентабельної інфраструктури гостинності. Відмічено, що в регіоні наявні як заклади розміщення готельного типу, так і спеціалізовані заклади. Важливим позитивним чинником є і наявність висококваліфікованих кадрів, які здатні надавати послуги на гідному рівні. Важливою складовою роботи є елементи PEST— та SWOT—аналізу, що дозволили з'ясувати перспективи розвитку індустрії гостинності в Україні та сильні і слабкі сторони розвитку готельної справи в Одеській області. Завдяки проведеній роботі можна зробити висновок, що одним з базових чинників можливого ефективного просування готельних послуг на ринок є невелика кількість готельних ланцюгів у сфері готельного бізнесу. Крім того, в Одесі і області недостатня кількість готелів VIP—класу, а платоспроможний попит на послуги готелів і пов'язані з ними, завдяки припливу туристів з—за кордону є. Зауважено, що слід провести ряд маркетингових і рекламних акцій, спрямованих на просування послуг в готельній справі. Рекламна кампанія в місцевих засобах масової інформації недостатня і характеризується однотипністю. На сайтах всіх засобів розміщення необхідно робити акцент на різноманітних додаткових послугах. Найбільш важливим чинником успішного просування послуг індустрії гостинності Одеси і області на ринок України і світу повинно бути не тільки акцентування на інфраструктурі та дуже вигідному місці розташування кожного окремого підприємства із урахуванням його специфіки (оздоровчі, лікувально—профілактичні, діловий туризм тощо), але й надання послуг на рівні світових стандартів. Регіональний ринок готельно—ресторанного бізнесу має формуватися за рахунок створення різних за розмірами, але із великими можливостями у наданні додаткових послуг підприємствами готельно—ресторанної сфери, наявності споживачів цих послуг та відповідності послуг підприємств потребам споживачів та світовому рівню. Розвиток туризму, рекреації, освіти в галузі готельно—ресторанного бізнесу, налагодження системи постачання, транспорту та сфери послуг, певна державна підтримка галузі буде сприяти розвитку гостинності як економічної категорії. Для успішного розвитку індустрії гостинності необхідною умовою є забезпечення сприятливого середовища для формування і розвитку цієї сфери, формування ланцюгів готелів, у тому числі для різних категорій клієнтів, розширення ринку туристських послуг, зокрема, створення умов для розвитку інформаційних систем управління, що дозволяють підвищити прозорість готельного бізнесу, розвиток реклами готельних послуг і освітлення проблем розвитку готельного бізнесу у засобах масової інформації, законодавча база для залучення інвесторів.

The analysis of the current state of the hotel industry of Odessa Region has been presented, the drawbacks have been reviewed and the prospects of the development of hospitality industry in this region have been determined. It is noted that due to peculiarities of the economic—and—geographical location, developed transport network, favourable natural and climatic conditions, the availability of the monuments of nature, architecture, history and culture in Odessa Region, there are prerequisites for the formation and development of highly profitable hospitality infrastructure. It is noted that in the region, there are both accommodation facilities of hotel type and specialized institutions. An important positive factor is also the availability of highly qualified personnel who is able to provide services of decent level.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

PEST— and SWOT—analysis elements are an important component part of the work, which allowed exploring the prospects of the development of the hospitality industry in Ukraine as well as the strengths and weaknesses in the development of hotel business in Odesa Region. Due to the conducted work, one can conclude that one of the basic factors for possible effective promotion of hotel services on the market is a small number of hotel chains in the sphere of hotel business. In addition, in the City of Odesa and in Odesa Region, the number of VIP—class hotels is insufficient; and there is a solvent demand for the services of hotels and related services due to the inflow of tourists from abroad. It is specified that it is necessary to hold a number of marketing and advertising campaigns aimed at promoting hotel services. The advertising campaigns in local mass media are insufficient and are of the same type. On the sites of all accommodation facilities, it is necessary to focus on a variety of additional services. The most important factor in the successful promotion of hospitality industry services in the City of Odesa and Odesa Region to the market of Ukraine and the world should be not only the emphasis on the infrastructure and a very advantageous location of each individual enterprise taking into account its peculiarities (health improvement, medical treatment and prophylactic, business tourism, etc.), but also on providing services at the level of world standards. The regional market of hotel and restaurant business should be formed due to the creation of enterprises of hotel and restaurant business that are various in sizes, but have great opportunities in providing additional services as well as the availability of consumers of these services and compliance of services of the enterprises to the needs of consumers and the world standards. Development of tourism, recreation, education in the field of hotel and restaurant business, setting up the system of supply, transport and services, certain state support of the industry will promote the development of hospitality as an economic category. For successful development of the hospitality industry, a necessary condition is to ensure a favourable environment for the formation and development of this sphere, the formation of hotel chains, including for different categories of customers, the expansion of the market of tourist services, in particular, the creation of conditions for the development of management information systems that allow to increase the transparency of hotel business, development of advertising hotel services and covering the problems of the development of hotel business in the mass media as well as the legislative framework for attracting investors.

Ключові слова: індустрія гостинності, управління, готельно—ресторанний бізнес, туризм, економічні показники розвитку

Keywords: industry of hospitality, management, hotel—restaurant business, tourism, economic indicators of development

Постановка проблеми і її зв'язок із найважливішими науковими та практичними завданнями. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування індустрії гостинності є розвиток сучасної туристичної інфраструктури [1 — 3]. Суттєвий вплив цієї галузі на економіку держави залежить як від ступеня розвитку окремих туристичних центрів, їх інфраструктура, так і від якості і кількості послуг, що надаються безпосередньо на підприємствах гостинності [4 — 7]. Оскільки індустрія гостинності — це та галузь, яка охоплює діяльність людей у різних сферах: готельний і ресторанный бізнес, відпочинок, туризм, розваги, екскурсійна діяльність, проведення різних наукових конференцій, громадське харчування, організація виставок [5, 8 — 10], необхідною складовою є людські ресурси, які будуть задіяні в конкретному регіоні та їх професійна підготовка.

Одеський регіон є однією з найпривабливіших частин України з точки зору туризму і готельного бізнесу. Його перевагами є особливості економіко—географічного розташування, розвинута транспортна мережа, багаті природно—кліматичні умови, наявність пам'яток природи, архітектури, історії та культури. Все це відтворює передумови для формування й розвитку в соціально—економічному комплексі області високорентабельної інфраструктури гостинності. Сама Одеса — це великий промисловий, культурний, науковий і курортний центр, а також великий порт на українському узбережжі. В регіоні наявні як заклади розміщення готельного типу, так і спеціалізовані заклади. Важливим позитивним чинником є і наявність висококваліфікованих кадрів, які здатні надавати послуги на гідному рівні. За різними джерелами у 2017 року в Україні можливі більше ніж десять тисяч варіантів розміщення, з них в Одесі і області — півтори тисячі [10 — 13].

Метою роботи є аналіз сучасного стану готельної індустрії Одеської області, розгляд недоліків і визначення перспектив розвитку індустрії гостинності в цьому регіоні.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних та практичних аспектів організації управління готельно—ресторанним господарством в Одеській області.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробці рекомендацій щодо удосконалення організації готельно—ресторанного господарства Одеської області на основі обґрунтованих тенденцій розвитку галузі гостинності в Україні і світі.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці наукових та практичних підходів до ефектної організації готельно—ресторанного господарства на півдні України з огляду на роботу сталих підприємств, а також висновки і рекомендації, які можуть бути основою для формування стратегічних напрямів раці-

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

онального використання готельно—ресторанних ресурсів області, що сприятиме вирішенню економіко—соціальних проблем та забезпечить функціональну роботу підприємств індустрії гостинності Одеського регіону. Це є достатньо важливим, оскільки у стратегії розвитку, затвердженій Одеською обласною радою, введено зауважується, що до 2020 року цей південний регіон стане міжнародним логістичним та туристично—рекреаційним центром півдня України з конкурентоспроможною економікою, де налагоджений діалог між владою та суспільством для гармонійного розвитку особистості і створення безпечних та якісних умов життя на принципах сталого розвитку [14].

Матеріали та методи. Проведені дослідження включали наступне: збір фактичних даних, що забезпечують достовірність висновків; проведення аналізу статистичних даних та даних опитувань; теоретична і кількісна обробка отриманих результатів з елементами PEST— та SWOT—аналізу, маркетингові дослідження, якісний аналіз і синтез отриманих в ході роботи даних; інтерпретація відомостей і формулювання висновків. На основі емпіричних досліджень, які ґрунтуються на достовірних фактах, проведеному зборі і аналізі інформації, які здійснено з використанням певних методів, заснованих на спостереженні і вивченні діяльності в галузі гостинності, здійснено оглядово—аналітичне дослідження, яке включає побудову діаграм, створення таблиць.

Обговорення отриманих результатів. На сьогоднішньому етапі економічного розвитку у світі збільшується значення сфери послуг [1, 3, 5]. Україна також повинна підтримувати таку тенденцію. Сектор готельної індустрії на сьогоднішній день — найбільш динамічний сектор економіки України, в якому існує низка проблем, через які українські готелі стають неконкурентоспроможними, якщо порівняти їх з західними засобами розміщення [4, 6]. Проте, кількість іноземних туристів, які отримали послуги суб'єктів туристичної діяльності України з 2010 року має тенденцію до збільшення. Безумовно, значне збільшення гостей у 2012 році пов'язано із чемпіонатом Європи з футболу UEFA Euro 2012, а у 2013 — зацікавленістю, яку викликала наша країна, але туристичний потік у 2016 став більше за 2010 р і у 2017 має тенденцію до зростання (рис. 1).

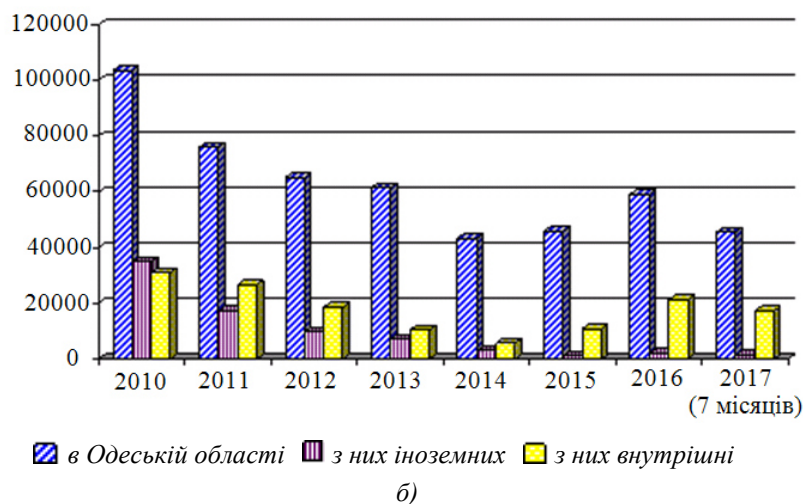
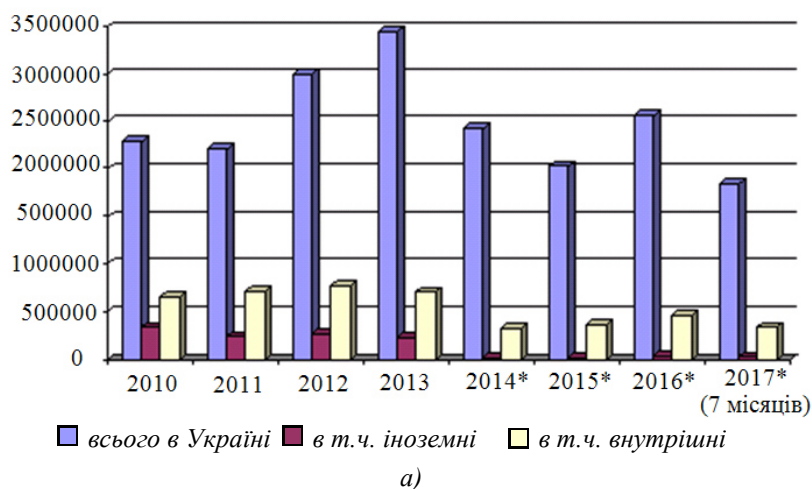
За 7 місяців майже досягнув значень 2015 року, хоча внаслідок складної політично—економічної ситуації потік з розвинених країн Європи, Америки дуже скоротився. Так, за останні роки в Одеський порт припинили заходити іноземні круїзні лайнери, а до того щорічно їх було не менше десяти, у тому числі 2...3 надвеликі. Це пов'язано із ступенем ризику для туристів, зокрема, потраплянням України у так звану «помаранчеву зону», що є свідченням «середнього» ступеня ризику для туристів. Якщо порівнювати період 2014 — 2016 рр., то кількість іноземців, які приїжджають в Одесу, звичайно зменшилася у порівнянні із 2012 — 2013 рр. Але, хоча й повільно, збільшення туристичних потоків із країн Європи та Америки відбувається практично щороку. Хоча сьогодні вже іноземців в Одесі більше 10 % від загального потоку туристів.

Зараз в м. Одеса є муніципальна програма розвитку туризму на 2016 — 2020 роки, але навіть багато фахівців не знають її деталей, тобто проведена робота є недостатньою і дещо поверхневою. Те саме можна сказати і про програму розвитку туризму і курортів Одеської обласної ради на 2017 — 2020 рр. [14]. Як у стратегії розвитку, так і в програмі мають бути зрозуміліші цілі для більшої частини населення. Кожен житель Одеси повинен розуміти, що він отримує від кожного туриста, який приїжджає в місто. Це: кількість робочих місць, податків, рівень споживання тощо. Іншими словами, відкрита економіка, довіра один до одного — чим більше цього буде, тим більше буде наближення до реалізації програми завдяки конкретним заходам. Важливо, щоб доброзичливість, притаманна одеситам, знайшла своє вираження у відношенні до гостей, щоб кожен турист був бажаним і відчував себе комфортно. І тоді дійсно підтвердиться теза, що Одеса — туристичне місто не тому, що так прийнято вважати, а тому, що приймає значну кількість гостей, що відвідують місто та область. Основні напрями, в яких слід активно діяти туристичним операторам для залучення гостей: тури по Одесі і області різного спрямування, подорожі із Одеси по всій Україні, тематичний (у тому числі, фестивальний) туризм і туризм для ділових цілей, пізнавальний і культурний туризм (музеї, театри, галереї), освітні туристичні напрями; здоров'я, активний відпочинок, спорт (санаторії і курорти, рекреація), екстремальні тури, туристичні пропозиції для сімейного відпочинку і дітей, гастрономічний туризм, екологічний і зелений туризм.

Більшість авторів зазначає, що сучасні готельні підприємства в Україні характеризуються типовою структурою послуг, низькою спеціалізацією [1, 7 — 9, 14], тому одним із напрямків розвитку індустрії гостинності можливо запропонувати створення мережі спеціалізованих підприємств з вузьким спектром послуг, зорієнтованих на обслуговування певної категорії туристів. Але при цьому необхідно розвивати і традиційні повносервісні готелі, але рівень послуг необхідно підтягувати до світового рівня та розширювати спектр додаткових послуг. Якщо розглянути статистичні дані по Одесі і області за останні п'ять років з кількості гостей [10 — 12], що відвідали цей регіон (рис. 1 б) стане очевидним, що відбулося скорочення кількості іноземних громадян, але відомості за 2016 рік і за 7 місяців 2017 року свідчать, що ситуація починає трохи змінюватися на краще. У 2016 році туристичний збір, який планували отримати у розмірі 600 тис. грн., склав 4 млн. 600 тис. грн. Аналіз кількості готелів та інших місць тимчасового проживання в Одеській області за аналогічний період (рис. 2) свідчить про необхідність створення спеціалізованих підприємств та туристичних центрів із чітко вираженою спеціалізацією у спортивно-оздоровчому, конгресовому туризмі, центрах з ігровими атракціями та іншими видами

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

туризму. Крім того, багато гостей вважають за краще поєднувати діловий туризм із відпочинком та надають перевагу можливості відпочити родиною та поєднати відпочинок із оздоровленням або знайомством із особливостями регіону (рис. 3). У порівнянні із 2016 роком збільшилася кількість іноземних туристів — з 20 % від загальної кількості у 2016 році до 30 % у 2017. Найдинамічніше росте чисельність гостей з Білорусі і Румунії, приріст склав 26 % в порівнянні з 2016 роком, також стає більше туристів з Туреччини (близько 6 %) і Ізраїлю. Стали частіше приїжджати туристи із США, причому не лише наші колишні співгромадяни.



а) — відомості по всій Україні; б) — відомості по Одеській області (без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції)

Рис. 1 — Кількість розміщених осіб, які були обслужовані суб'єктами туристичної діяльності

ко збільшився виїзний туризм, у відпочиваючих з'явилася можливість порівняти рівень обслуговування в зарубіжних готельних підприємствах з тим, що надають вітчизняні готелі. Це порівняння виявилось не на користь українських підприємств сфери гостинності, у тому числі тих, що розташовані в Одеській області. Усі ці чинники вплинули на зниження завантаження номерного фонду наявних готельних підприємств. Оскільки більшою мірою це сфера приватного капіталу, від завантаження номерного фонду прямо залежить доход готелю, тому власники почали опікуватися можливостями покращення фінансового стану. Підвищення напруженості в конкурентній боротьбі за кожного клієнта веде до змін в стосунках з працівниками, тому готельні підприємства підвищують вимоги до персоналу, почали більше уваги приділяти дотриманню світових тенденцій у наданні послуг, розширювати їх спектр. Таким чином, зростає конкуренція не лише у боротьбі за клієнта, але і за робочі

Починаючи з 2016 р одеські готелі в центрі міста готові надати туристам близько 15 тисяч місць, і це без урахування приватників і санаторіїв. Розширюється інфраструктура міста, з'являються нові кафе, ресторани, готелі. Одесу і область у 2017 році відвідали майже 20 тисяч гостей з Китаю, з'явилися приїжджі з Філіппін. 2017 рік оголошений міжнародним роком розвитку туризму і Одеса не залишилася поза розвитком туристичних тенденцій: за 10 місяців міжнародний аеропорт «Одеса» обслужив 1 млн. 54 тис. пасажирів, а регіональна філія «Одеська залізниця» — 11 млн. пасажирів. Такі показники свідчать про високу туристичну привабливість цього регіону. За офіційними підрахунками за 7 місяців 2017 р Одесу відвідало 2,1 млн. туристів, до кінця року їх кількість повинна скласти 2,5 млн. Важливим є й термін перебування гостей: близько 30 % зупиняються в Одесі на термін від 1 до 5 днів, більше 20 % — живуть в місті від 6 до 7 днів, 15 % — впродовж 10...14 днів, і більше, ніж на два тижні затримуються 12 % туристів. З діаграми на рис. 3 випливає, що 72 % складає діловий туризм, але при цьому гості з зацікавленістю ставляться до місця перебування і бажають у вільний час ознайомитися із культурними, історичними та іншими особливостями регіону перебування, або поглибити своє сприйняття вже знайомих місць.

При організації відпочинку, наданні послуг гостинності необхідно враховувати, що незважаючи на економічні проблеми за останні роки різ-

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

місця. У готелях все більше надають перевагу кваліфікованим фахівцям і випускники ОНАХТ займають свою гідну нішу на ринку праці [6]. Незважаючи на те, що в багатьох готелях підвищується якість обслуговування, розширюється обов'язкова супутня інфраструктура, з басейнами, розкішними SPA — центрами, наявністю інших додаткових послуг, зокрема, з туристичного обслуговування, надання гід, рівень оснащення готелів і комфортність проживання є проблемою, що до кінця не вирішена. Якщо в 5...4—зіркових готелях рівень обслуговування і проживання вже наближений до європейських зразків, то в сегменті 2...3—зіркових готелів ситуація залишає бажати кращого. Як видно з діаграми на рис. 4, на вимоги часу в Одесі збільшилася кількість невеликих готелів та значною мірою зросла кількість хостелів.

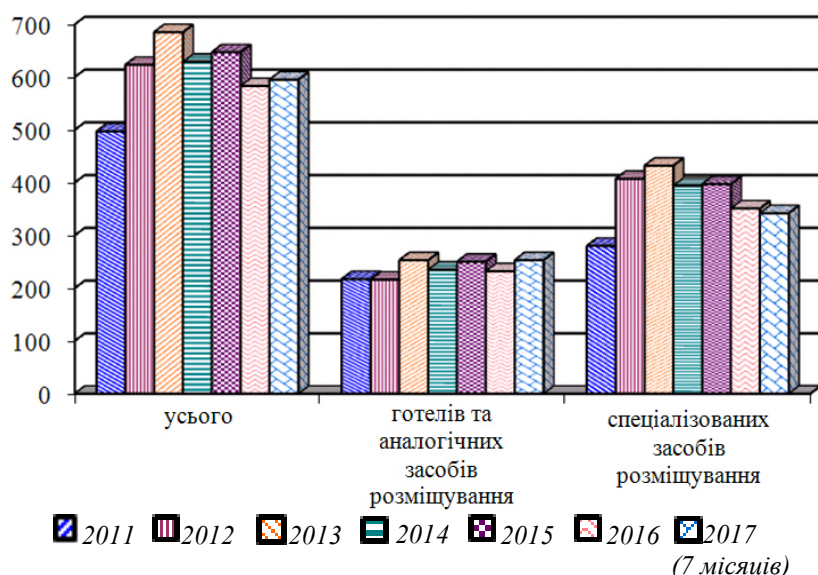


Рис. 2 — Кількість колективних засобів розміщування в м. Одесі та Одеській області, одиниць

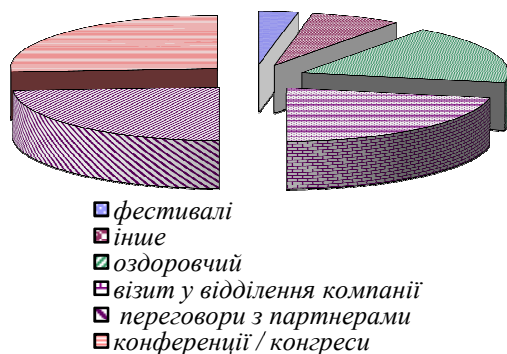


Рис. 3 — Діаграма розподілу туристичних потоків в Одеській області за метою відвідань

туристичну діяльність 249 суб'єктів (172 юридичні особи та 77 фізичних осіб—підприємств). Протягом 2015 року в акваторію Одеського морського торговельного порту здійснено 13 заходів іноземних круїзних лайнерів і обслуговано 6563 туристи. У 2015 році, в рамках дунайських круїзів в українську частину дельти Дунаю було здійснено 34 заходи суден та обслуговано 5146 іноземних туристів. У 2016 відбулося невелике збільшення та перерозподіл підприємств сфери гостинності: загальна кількість їх стала 253. За 7 місяців 2017 року загальні тенденції незначного збільшення кількості таких підприємств залишилися: тільки в Одесі підприємств для розміщення гостей налічується 221, а в всього по області — більше 300. Зростання відбулося в основному за рахунок появи малих підприємств, у т.ч. наявне збільшення кількості апартаментів, відкриття хостелів (м. Одеса), гостьових будинків, модернізації великих готелів, які розширюють сферу впливу за рахунок залучення відвідувачів цілорічно і не тільки гостей міста, але і його мешканців завдяки створенню на їх базі центрів розваг, культурних, мовних, етнічних тощо.

Кількість міні—готелів (90 підприємств) перевищує кількість великих готелів (76), але необхідно відмітити, що серед малих підприємств та апартаментів збільшується кількість із високим рівнем надання послуг. Навіть малі підприємства, які не можуть дозволити собі утримання кафе або ресторану останнім часом так планують свою інфраструктуру, щоб була можливість швидко задовольнити потреби гостей із надання харчування. Найчастіше такі підприємства домовляються із кафе, що часто розташовані у тому ж будинку або поряд із готелем і пропонують гостям різні варіанти харчування. Крім перелічених підприємств працюють 2 комплекси відпочинку: на пляжі «Лузанівка» та у ЖМ «Совиньон». У 2015 році туристична інфраструктура області нарахувала 1282 заклади туристично—рекреаційного призначення, з них 479 підприємств готельного комплексу і 803 заклади оздоровчого профілю. Найбільша кількість об'єктів туристично—оздоровчого призначення зосереджена у м. Білгород—Дністровському, Татарбунарському, Кілійському та Овідіопольському районах. На території Одеської області здійснювали

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

У 2016 році в Одеській області було зареєстровано приїжджих близько 2,6 млн. з 23 областей України і більше 0,7 млн. — зарубіжні з 114 країн світу. Основні регіони України, жителі яких навідали Одеську область в 2016 році: Київська — 25 %, Миколаївська — 12 %, Вінницька — 11 %, Дніпропетровська — 6 %, Кіровоградська і Львівська, — по 5 %. Із—за кордону найбільше відпочиваючих було з Російської Федерації — 16 %, Молдова — 11 %, Білорусь — 4 %, США, Ізраїль і Німеччина — по 2 %. Що стосується сезонності, то найбільш популярним був серпень — цього місяця було зафіксовано більше 600 тис. українських і більше 110 тис. іноземних туристів. Найменш привабливим для туристів став грудень: в цей період було зафіксовано лише близько 80 тис. українських і 40 тис. іноземних гостей. У 2017 році загальна тенденція залишилася такою самою, тобто за 7 місяців в Одеській області офіційними засобами розміщення скористалися більше 45,5 тис. осіб, але загальна кількість туристів майже на 37 % більше, тобто значний сегмент гостей зупинялися на орендованих квартирах (44,8 %) туристів, у друзів або родичів (18,4 %). Майже 14 % іноземних гостей також надали перевагу такому розміщенню. Саме тому у готельній сфері є можливості розширення контингенту гостей, за шляхом створення умов, які задовольняють всі потреби у комфортному відпочинку, або відпочинку за потребами та захопленнями.

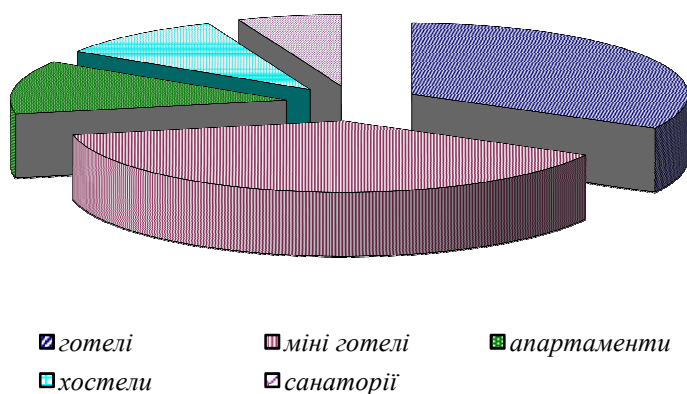


Рис. 4 — Діаграма розподілу готелів та інших місць тимчасового проживання в м. Одеса (2017 р)

пністю цін на всіх підприємствах мережі. В Одесі наявні і ефективно працюють готелі, поєднані у ланцюги: «Чорне море» (4 готелі) і мережа міні—готелів «GEORG» (3 готелі). Щодо міжнародних мереж — нестабільність політичної і економічної ситуації заважає інвесторам позитивно відноситися до цього питання.

Згідно результатів дослідження міжнародних ділових організацій, сьогодні менше 20 % готелів України відповідають вимогам міжнародних стандартів якості обслуговування [1, 3, 7]. Категорія трьохзіркових готелів в наш час повинна стати оптимальною з позиції ціни та якості послуг, орієнтуватись на обслуговування масових туристів, які подорожують з пізнавальною та комерційною метою. Сьогодні у зв'язку із високою вартістю послуг для українських та європейських туристів у категорії чотири—, п'ятизіркових, поява нових трьохзіркових готелів зумовить переорієнтацію клієнтів саме до цієї категорії готелів. Аналогічну перспективу мають нові готелі в економічній категорії — «дві зірки». У ціновому сегменті двохзіркові готелі повинні орієнтуватись на обслуговування внутрішніх масових туристів, дрібний та середній бізнес, державних службовців, туристів із колишнього СНД. Розширення мережі економічних готелів можна реалізувати внаслідок реконструкції безкатегорійних та однозіркових готелів, будівництва нових згідно сучасних стандартів. Важливим аспектом, що зумовить зростання інвестицій у будівництво економічних готелів є швидка окупність у порівнянні із висококатегорійними готелями [15].

Якщо розглянути інфраструктуру, Одеської області, стає зрозумілим, що потенціал цієї частини України використовується не в повному обсязі. Конкурентні переваги та обмеження перспективного розвитку індустрії гостинності в Одеській області виявлені на основі діагнозу стартових умов регіонального розвитку шляхом PEST та SWOT—аналізу [16 — 18]. В табл. 1 узагальнені фактори зовнішнього середовища, що впливають на функціонування індустрії гостинності у сучасних вітчизняних умовах господарювання.

Одним із варіантів просування індустрії гостинності може стати поглиблення спеціалізації та впровадження високих стандартів обслуговування, що зазвичай пов'язується із створенням традиційних у світовій готельній індустрії корпоративних форм — міжнародних готельних ланцюгів. Об'єднані у корпорацію провідні готельні підприємства здійснюють колективний бізнес, перебуваючи під єдиним контролем керівництва ланцюга. Професійний менеджмент несе повну відповідальність за ефективність функціонування, посилення конкурентних позицій. Технологічно успіхи корпоративних форм у гостинності пов'язуються з дотриманням високої якості готельного продукту, ідентичністю послуг та досту-

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

Таблиця 1 — PEST—аналіз індустрії гостинності України та Одеської області

Політико—правові фактори (P)	Економічні фактори (E)
негативні	негативні
1 Нестабільність правового середовища. 2 Нестабільність політичної ситуації. 3 Нечіткість правового поля (законодавства) в сфері гостинності і туризму. 4 Членство України в СОТ, прагнення до вступу в ЄС (вимоги до рівня надання послуг).	1 Зростання конкуренції, зокрема неможливість підтримання сфери гостинності на фоні іноземних операторів туризму. 2 Низький рівень інвестицій в галузь. 3 Дефіцит спеціалістів (може бути ліквідований, зокрема, завдяки зусиллям ОНАХТ). 4 Висока вартість банківських кредитів. 5 Нестабільність валютного курсу. 6 Високий рівень інфляції та безробіття працездатного населення (розвиток сфери послуг дозволить створити робочі місця, отримати додатковий прибуток). 7 Відсутність маркетингових програм просування послуг гостинності.
позитивні	позитивні
1 Прийняття державних та регіональних стратегій розвитку сфери гостинності, індустрії туризму. 2 Рішення про удосконалення транспортної інфраструктури, зокрема стратегії розвитку транспортного сполучення між портами, аеропортами (будівництво дороги Одеса—Рені). 3 Поступове реформування вітчизняного законодавства в сфері регулювання надання послуг.	1 Наявність ресурсів, інфраструктури, резервів для розвитку вітчизняного ринку сфери послуг. 2 Можливість співпраці з закордонними операторами туризму. 3 Унікальні можливості розвитку індустрії гостинності на березі Чорного моря завдяки наявності такої динамічної складової як людські ресурси.
Соціально—культурні тенденції (S)	Технологічні фактори (інновації) (Т)
негативні	негативні
1 Зниження рівня моральності й освіченості населення України. 2 Низький рівень платоспроможності населення, низький соціальний рівень підтримки населення, підвищення пенсійного віку. 3 Збільшення вимог споживачів до рівня надання послуг.	1 Зношеність основних фондів. 2 Висока вартість спеціального обладнання та обмеженість його виробництва в Україні. 3 Необхідність реконструкції існуючого готельного фонду і будівництва нового у відповідності до сучасних вимог розвитку технологій та обладнання.
позитивні	позитивні
1 Зміна структури доходів, перехід від споживання матеріальних товарів до нематеріальних товарів. 2 Збільшення кількості професій з гнучким графіком роботи, розвиток сфери обслуговування. 3 Наявність великої кількості туристичних та культурних об'єктів. Одеса та область є знаним історико—культурним центром. 4 Проведення культурних заходів національного та міжнародного значення. 5 Орієнтація на відпочинок та оздоровлення для всіх членів родини.	1 Розробка програм з модернізації, розвитку індустрії гостинності, створення ланок готельної індустрії, співпраця із закордонними центрами туризму, тенденції до розвитку туристичних інформаційних центрів загальнодержавного та місцевого рівня. 2 Забезпечення інформації іноземними мовами, зокрема англійською, наявність показників англійською мовою (плакатів, знаків на шляхах тощо). 3 Затвердження місцевих програми розвитку туристичної галузі та створення робочих місць для технічно компетентних фахівців. 4 Програми з будівництва розважальних центрів.

Характеристика сильних та слабких сторін, зовнішніх можливостей та загроз для розвитку індустрії гостинності у вигляді SWOT—аналізу [17] представлена у табл. 2.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

**Таблиця 2 — SWOT—аналіз конкурентних переваг та обмежень розвитку
індустрії гостинності Одеської області**

Сильні сторони (внутрішні переваги)	Слабкі сторони (внутрішні недоліки)
1 Географічне положення та природно—ресурсний потенціал	
1.1 Вигідне географічне розташування на маршрутах міжнародних транспортних коридорів.	1.1 Різномірність окремих територій області (значна протяжність з півночі на південь вимагає більш розвинутої транспортної інфраструктури).
1.2 Сприятливі для життєдіяльності природно—кліматичні умови.	1.2 Нерівномірність розвитку територій, що тягне за собою наявність природних бар'єрів, що обмежує комунікаційний зв'язок з окремими територіями регіону (Дунай—Дністровське межиріччя та частина Ренійського району).
1.3 Суттєвий природно—ресурсний потенціал: мінеральні, земельні, водні, лісові, біологічні чинники.	
1.4 Приморське та прикордонне розташування.	
1.5 Значна протяжність морської берегової лінії.	
1.6 Значний оздоровчо—рекреаційний потенціал (море, лікувальні грязі, мінеральні джерела, ропа лиманів).	
1.7 Різноманіття геолого—географічних умов (море, степ, дельтові частини Дунаю та Дністра, наявність лісових смуг)	
1.8 Сприятливі умови для поєднання різних видів туризму та оздоровлення.	
2 Економічний потенціал	
2.1 Наявність конкурентоспроможних секторів економіки, зокрема, пов'язаних із сферою послуг, можливість розвитку індустрії гостинності.	2.1 Зовнішня енергетична залежність та низький рівень власної енергозабезпеченості; потреба у розвитку альтернативних джерел енергії (сонячна, повітряна, біопаливо тощо).
2.2 Наявність умов для забезпечення міжнародних транспортно—логістичних процесів.	2.2 Недостатній рівень застосування сучасних логістичних технологій та схем.
2.3 Потужний транспортний комплекс, що включає усі види транспорту, що створює наявність умов для перевезень людей та переміщень вантажів та комбінування різних видів транспорту, можливість реалізувати транзитний потенціал.	2.3 Високий рівень цін на послуги гостинності, що не відповідає рівню доходів громадян України та зменшення притоку іноземних туристів внаслідок нестабільної політичної ситуації (зона АТО); недостатнє використання можливостей тарифної політики.
2.4 Значний морський та річковий (Дністро і Дунай) господарський потенціал, можливість розвитку туризму та сприятливі умови для створення портово—промислових комплексів.	2.4 Недостатній рівень впровадження наукоємних та інноваційних рішень.
2.5 Умови для створення спеціалізованих потужних кластерів — агропромислового, зокрема зернового, морегосподарського, туристичного, рекреаційно—оздоровчого та медичного.	2.5 Незадовільний стан транспортної інфраструктури, у першу чергу — автомобільних доріг.
2.6 Потреба у забезпеченні місць розселення для тимчасово переміщених осіб як чинник активізації будівельних процесів та створення робочих місць для працездатного населення.	2.6 Нестабільна робота банківського сектору, високі ставки кредитування.
	2.7 Нерівномірність розміщення об'єктів інфраструктури, зокрема наявність територій з ознаками депресивності.
3 Науково—технічний потенціал	
3.1 Наявність ВНЗ із провідними, відомими науковими школами.	3.1 Зменшення кількості організацій, що виконують наукові дослідження і розробки, зменшення обсягів фінансування таких досліджень державою, внаслідок чого наукоємні дослідження, особливо світового рівня стає здійснити неможливо.
3.2 Наявність науково—дослідних установ, що здійснюють наукові дослідження у різних галузях науки і віднесені до НАН України.	3.2 Недостатня забезпеченість матеріально—технічної бази наукових досліджень.
3.3 Підготовка кваліфікованих фахівців за широким спектром наукових дисциплін.	3.3 Відсутність мотивації до наукових досліджень, зокрема, у молоді.
3.4 Наявність висококваліфікованих наукових кадрів.	

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

Закінчення таблиці 2

Сильні сторони (внутрішні переваги)	Слабкі сторони (внутрішні недоліки)
4 Стан навколишнього природного середовища	
4.1 Наявність існуючих та потенційних об'єктів природно—заповідного фонду.	4.1 Вплив глобальних змін клімату на стан довкілля
4.2 Ландшафтна різноманітність та наявність природних парків (Дунайський біосферний заповідник, регіональні ландшафтні парки — Тілігульський і Ізмайльські острови, заповідники ботанічні, загально біологічні, ентомологічні, орнітологічні — 33, пам'ятники природи більше 42, заповідні урочища — 4, ботанічний сад та пам'ятки садово—паркового мистецтва — 22).	4.2 Відсутність дієвого моніторингу за станом природного середовища та об'єктів.
4.3 Достатньо розгалужена гідрологічна мережа.	4.2 Техногенне навантаження на окремі території, у т.ч. особливо цінні або вразливі щодо техногенного впливу (прибережні, зсувонебезпечні, природно—заповідного фонду, водного фонду тощо), тобто, створення підґрунтя для напруженої екологічної ситуації на окремих територіях регіону.
4.4 Можливість та наявні резерви відновлення природного стану ландшафтів (екосистем).	4.3 Нерегульована забудова та незадовільний стан інфраструктури інженерно—технічного стану окремих територій та об'єктів.
4.5 Перспектива розвитку кадастрової системи управління природними ресурсами.	4.4 Нерегульоване господарське використання річкових, лісових та сільськогосподарських угідь.
4.6 Значна частка екологічно чистих територій.	4.5 Наявність потенційно уразливих території щодо дії негативних природних явищ.
	4.6 Низький рівень розуміння суб'єктами господарювання та місцевим населенням наслідків неконтрольованої експлуатації природних ресурсів, що призводить до деградації ландшафтів.
	4.7 Загроза втрати унікальної екосистеми Куяльницького лиману.
	4.8 Транскордонне забруднення річкових систем (Дунай, Дністер) та руйнування системи малих річок та водойм місцевого значення.
	4.9 Відсутність сміттєпереробних заводів та ефективної системи збору та утилізації відходів.
5 Розвиток інфраструктури	
5.1 Наявність усіх видів транспортного сполучення, у т.ч. наявність аеропорту із можливістю прийому літаків з—за кордону, морські порти (Одеса, Рені, Ізмаїл), залізничний, автомобільний транспорт.	5.1 Незадовільний стан інфраструктури, у першу чергу автомобільних доріг.
5.2 Наявність значної кількості загальноосвітніх та спеціальних учбових закладів усіх рівнів акредитації, у т.ч. ОНАХТ, що є лідером з підготовки фахівців, які здатні працювати у сфері послуг.	5.2 Низький рівень власного енергозабезпечення.
5.3 Наявність розгалуженої мережі соціальних установ.	5.3 Незадовільний стан водопостачання та каналізаційного господарства.
5.4 Розгалужена мережа культурно—розважальних закладів.	5.4 Низький рівень благоустрою, у т.ч. у самому м. Одеса, хоча останнім часом почав змінюватися на краще (реконструкція частини центральних вулиць).
	5.5 Значний знос основних фондів і висока енергоємність житлово—комунальної сфери.
6 Рекреаційно—туристичний потенціал	
6.1 Значні рекреаційні та бальнеологічні ресурси, висока питома вага пляжів на узбережжі.	6.1 Недостатність маркетингових заходів в індустрії гостинності (низький рівень інформаційного супроводження туристичної діяльності).
6.2 Туристичний імідж Одеси, наявність історичної та культурної спадщини та непересічних її пам'яток.	6.2 Недостатня облаштованість курортних територій та низький рівень туристичного сервісу.
6.3 Можливість проведення фестивалів, концертної діяльності, ділових заходів, зокрема, конференцій, симпозіумів тощо.	6.3 Непристосованість та непривабливість інфраструктури для переміщення туристів територією області.
6.4 Можливості диверсифікації ринку туристичних послуг: зелений, екологічний, гастрономічний, етнографічний, медичний, з організації та проведення ділових заходів.	6.4 Необлаштованість територій та об'єктів рекреаційно—туристичної сфери, що тягне за собою обмеження зростання кількості туристів.
6.5 Широкий спектр можливостей щодо забезпечення організованого відпочинку та оздоровлення.	6.5 Незформованість ринку туристичних послуг, зокрема відсутність низки підприємств з конкретною спеціалізацією (зелений, етнографічний відпочинок тощо).
6.6 Наявність санаторно—курортних закладів.	

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

Проведений SWOT—аналіз дозволив з'ясувати сильні і слабкі сторони розвитку готельної справи в Одеській області. Можна зробити висновок, що одним з базових чинників можливого ефективного просування готельних послуг на ринок є невелика кількість готельних ланцюгів у сфері готельного бізнесу та відсутність різнопрофільних та зорієнтованих на різні верстви населення закладів. Для покращення роботи та динамічного розвитку індустрії гостинності необхідно враховувати наступне:

- в Одесі і області недостатня кількість готелів VIP—класу та переліку послуг, які можна запропонувати для таких гостей. При цьому є платоспроможний попит на послуги готелів і пов'язані з ними, оскільки наявні туристи з—за кордону;

- слід провести ряд маркетингових і рекламних акцій, спрямованих на просування послуг в готельній справі. Рекламна кампанія в місцевих засобах масової інформації недостатня і характеризується однотипністю;

- необхідним є виготовлення і встановлення більшої кількості рекламних щитів з описом послуг готелів різного типу та акцентом на наявність додаткових послуг;

- на сайтах готелів необхідно робити акцент на різноманітних додаткових послугах;

- важливою складовою просування підприємств індустрії гостинності повинно стати акцентування або належності до певної готельної мережі, що гарантує якість послуг або на індивідуальних особливостях кожного закладу, створення певного характерного гасла або слогану.

Слід зауважити, що найбільш важливим чинником успішного просування послуг індустрії гостинності Одеси і області на ринок України і світу може стати об'єднання послуг, що надаються, в єдиний комплекс, а також акцент на інфраструктуру та дуже вигідне місце розташування кожного окремого підприємства із урахуванням його специфіки (оздоровчі, лікувально—профілактичні, діловий туризм тощо) [19], а також регіону в цілому.

Безпосередньо в індустрії гостинності важливим є:

- стимулювання використання підприємцями в управлінні готельними підприємствами комплексних підходів, в основі яких якість, ефективний менеджмент і унікальність готельного продукту;

- впровадження стандартних бізнес—процесів, які пройшли перевірку на світовому ринку;

- використання сучасних технологій якості послуг, принципів управління готельним господарством;

- розробка стратегії формування і розвитку цієї сфери бізнесу, актуальних концепцій побудови комплексних систем управління.

Таким чином, з урахуванням статистичних даних, сучасний стан та тенденції до розвитку в готельній індустрії України в цілому та в Одеській області можна охарактеризувати наступним: індустрія гостинності нашої країни є достатньо молодою галуззю, досягнення на сьогодні є достатньо скромними, але з урахуванням прагнень притримуватися загальносвітових тенденцій, ця галузь має можливість до динамічного розвитку, а от темпи його будуть залежати як від загальнодержавної економічної політики, так і від прагнення населення завдяки невтомній праці здобути забезпечене майбутнє. На цьому шляху є низка питань, які необхідно вирішувати, у тому числі, безпосередньо на підприємствах готельного бізнесу. До таких відносяться:

- покращення готельного фонду, оскільки основний готельний фонд України і Одещини на жаль не відповідає міжнародним стандартам;

- реконструкція та побудова готелів за допомогою іноземних компаній, які були б об'єднані в ланки готелів високого класу із світовим рівнем обслуговування, призначені для багатих клієнтів;

- розвиток підприємств гостинності для не дуже забезпечених верств населення, зокрема, молодіжні бази, кемпінги, мотелі;

- підвищення якості обслуговування в існуючих засобах розміщення за рахунок збільшення переліку додаткових послуг;

- орієнтація підприємств готельної справи на пошук резервів і отримання прибутку не тільки в «високий» сезон, але й увесь рік.

Всі ці заходи достатньо прості і зрозумілі, так, за даними Всесвітньої туристичної організації, щороку у світі здійснюється близько 1 млрд. подорожей, причому більш ніж 52 % з яких у межах країн Європи. В країнах ЄС завдяки туризму підвищується сукупний валовий внутрішній продукт на 8 %, зростає економіка в цілому на 11 %, а кількість робочих місць в туристичній індустрії становить приблизно 12 % від загальної чисельності [4]. А в Україні втрачається нагода отримати додаткові робочі місця і кошти, які можливо заробити завдяки індустрії гостинності.

Результати дослідження стану готельної сфери в м. Одеса і області свідчать, що без інвестування сталий розвиток неможливий. Це відноситься і до загального розвитку індустрії гостинності в Україні оскільки розвиток окремих регіонів в значній мірі залежить від реального стану туристично—готельної інфраструктури в державі. Для ефективного функціонування готельної сфери і підвищення темпів її розвитку сьогодні необхідна гнучка система державного стимулювання цієї галузі, яка повинна знайти відображення у нормативно—законодавчій базі. Водночас, необхідно збільшити кількість засобів розміщення різних категорій з чіткою ди-

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

ференціацією у спеціалізації пропонованих послуг гостинності, вдосконалити управління готельними підприємствами в умовах динамічного соціально—економічного простору та розширення туристичної діяльності, покращити якість готельних послуг, ефективність маркетингу і взаємодії на туристичному ринку сучасних готелів, на державному рівні максимально підтримувати формування національних готельних ланцюгів, які впроваджують нові стандарти готельного сервісу, єдині підходи організації управління.

Таким чином, регіональний ринок готельно—ресторанного бізнесу має формуватися за рахунок створення різних за розмірами, але із великими можливостями у наданні додаткових послуг підприємствами готельно—ресторанної сфери, наявності споживачів цих послуг та відповідності послуг підприємств потребам споживачів та світовому рівню. Розвиток туризму, рекреації, освіти в галузі готельно—ресторанного бізнесу, налагодження системи постачання, транспорту та сфери послуг, певна державна підтримка галузі буде сприяти розвитку гостинності як економічної категорії. Постійному підвищенню конкурентоздатності готельно—ресторанного бізнесу сприятиме запровадження інновацій, інвестиції та запозичення передового міжнародного досвіду [9].

Висновки. Таким чином, для успішного розвитку індустрії гостинності необхідною умовою є забезпечення сприятливого середовища для формування і розвитку цієї сфери, розширення ринку туристських послуг, зокрема, створення умов для розвитку інформаційних систем управління, що дозволяють підвищити прозорість готельного бізнесу, розвиток реклами готельних послуг і освітлення проблем розвитку готельного бізнесу в ЗМІ, законодавча база для залучення інвесторів.

Література

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. К. : Знання України. 2006. 352 с.
2. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. К.: Дакор. 2008. 288 с.
3. Туристичний, готельний і ресторанный бізнес: інновації та тренди: тези. Міжнар. наук.—практ. конф., Київ, 7 квіт. 2016 р. / Київ. нац. торг.—екон. ун—т. Київ:КНТЕУ, 2016. 362 с. URL: <https://knteu.kiev.ua/file/NzM1OQ==/adb099cfb596b8fe5a685807aa58dd2e.pdf> (дата звернення: 13.08.2017)
4. Балацька Н. Ю., Репринцева В. М. Особливості та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні // Молодий вчений. 2016. № 1 (28). С. 12—15.
5. Мазур В. Індустрія гостинності — ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу // Журнал Європейської економіки. / Тернопіль: ТНЕУ, 2015. Т. 14, № 3. С. 273—286.
6. Мартієнко А. І., Дишкантюк О. В. Сутність гостинності як економічної категорії // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2017. № 2 (30). С. 72—78. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf> (дата звернення: 14.08.2017)
7. Гостиничный и ресторанный бизнес в Украине: [інтернет-портал]. URL: www.hotelbiz.com.ua (дата звернення: 24.08.2017)
8. Международные гостиничные сети в Украине [Электронный ресурс] // Украинский туризм. 2005. № 5. URL: <http://www.hoteliero.com/ru/articles/hotel-chains/> (дата звернення: 24.08.2017)
9. Проблеми і перспективи розвитку готельного ринку України: [інтернет-портал]. URL: <http://www.workinhotel.com/blogs/entry/1324/> (дата звернення: 24.08.2017)
10. Обзор рынка гостиниц и гостиничных комплексов Украины: [інтернет-портал]. URL: <http://www.hotelmarket.com.ua/published/hotel/obzor.html> (дата звернення: 24.08.2017)
11. Сайт Державної служби статистики України: [інтернет-портал]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 24.08.2017)
12. Головне управління статистики в Одеській області: [інтернет-портал]. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 24.08.2017)
13. Готелі в Одесі, Україна: [інтернет-портал]. URL: <https://www.booking.com/city/ua/odesa.ru.html> (дата звернення: 24.08.2017)
14. Офіційний веб—портал Одеської обласної ради: [інтернет-портал]. URL: <http://oblrada.odessa.gov.ua/> (дата звернення: 24.08.2017)
15. Круль Г. Я. Основи готельної справи: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2011. 368 с.
16. Маркетинговий аналіз : навч. пос. / Липчук, В. В. та ін. К. : Академвидав, 2008. 215 с.
17. Балабанова Л. В. SWOT—аналіз — основа формування маркетингових стратегій: навчальний посібник. 2—ге вид., випр. і доп. К.: Знання, 2005. 301 с.
18. Маркетинговий аналіз / Штефаніч Д. А. та ін. Тернопіль: Економічна думка, 2011, 267 с.
19. Відоменко І. О., Діденко Н. С. Дослідження сучасного стану готельного господарства України та його вплив на формування стратегії просування послуг індустрії гостинності // Наук. вісник Міжнар. гуманітарного університету 2016. № 21. С. 64—68. URL: <http://www.vestnik—econom.mgu.od.ua/journal/2016/21—2016/15.pdf> (дата звернення: 28.08.2017)

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ХАРЧОВИХ ТА ЗЕРНОПЕРЕРОБНИХ ГАЛУЗЕЙ АПК

References

1. Ahafonova, L. H. & Ahafonova, O. Ye. (2006). Turyzm, hotelnyi ta restoranni biznes: tsinoutvorennia, konkurentsia, derzhavne rehuliuвання. *Kyiv: Znannia Ukrainy*. 352.
2. Bailyk, S. Y. (2008). Hostynnoe khoziaistvo. Orhanyzatsiia, upravlenye, obsluzhivanye. *Kyiv: Dakor*. 288.
3. Turystychnyi, hotelnyi i restoranni biznes: innovatsii ta trendy (2016). // Tezy. Mizhnar. nauk.—prakt. konf., Kyiv:KNTEU, 362. Available at: <https://knteu.kiev.ua/file/NzM1OQ==/adb099cfb596b8fe5a685807aa58dd2e.pdf>
4. Balatska, N. Yu. & Repryntseva, V. M. (2016). Osoblyvosti ta perspektyvy rozvytku hotelnoho biznesu v Ukraini. *Molodyi vchenyi, 1 (28)*. 12—15.
5. Mazur, V. (2015). Industriia hostynnosti — efektyvnyi instrument rozvytku turystychnoho biznesu. *Zhurnal Evropeiskoi ekonomiky. Ternopil: TNEU, 14 (3)*. 273—286.
6. Martiienko, A. I. & Dyshkantiuk, O. V. (2017). Sutnist hostynnosti yak ekonomichnoi katehorii. *Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal, 2 (30)*. 72—78. Available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf>
7. Gostinichnyj i restorannyj biznes v Ukraine. Available at: <http://hotelbiz.com.ua>
8. Mezhdunarodne gostinichnye seti v Ukraine. (2005). *Ukrainskij turizm, 5*. Available at: <http://www.hoteliero.com/ru/articles/hotel-chains/>
9. Проблеми і перспективи розвитку готельного ринку України. Available at: <http://www.workinhotel.com/blogs/entry/1324/>
10. Obzor rynku gostinic i gostinichnyh kompleksov Ukrainy. Available at: <http://www.hotelmarket.com.ua/published/hotel/obzor.html>
11. Sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>
12. Holovne upravlinnia statystyky v Odeskii oblasti. Available at: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
13. Hoteli v Odesi, Ukraina. Available at: <https://www.booking.com/city/ua/odesa.ru.html>
14. Ofitsiyni veb—portal Odeskoi oblasnoi rady. Available at: <http://oblrada.odessa.gov.ua/>
15. Krul, H. Ya. (2011). Osnovy hotelnoi spravy. *Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury*. 368.
16. Lypchuk, V. V., Yatsiv, I. H., Hoshko, B. M. & Hoshko, O. I. (2008). Marketynhovyi analiz. *Kyiv: Akademvydav*. 215.
17. Balabanova, L. V. (2005). SWOT—analiz — osnova formuvannia marketynhovykh stratehii. *Kyiv: Znannia*. 301.
18. Shtefanych, D., Bratko, O., Diachun, O., Lahotska, N. & Okrepkyi, R. (2011). Marketynhovyi analiz. *Ternopil: Ekonomichna dumka*. 267.
19. Vidomenko, I. O. & Didenko, N. S. (2016). Doslidzhennia suchasnoho stanu hotelnoho hospodarstva Ukrainy ta yoho vplyv na formuvannia stratehii prosuvannia posluh industrii hostynnosti. *Nauk. visnyk Mizhnar. humanitarnoho universytetu, 21*. 64—68. Available at: <http://www.vestnik—econom.mgu.od.ua/journal/2016/21—2016/15.pdf>

Cite as

Тітомир Л. А., Данилова О. І., Пацела О. А. Економічні передумови розвитку індустрії гостинності в Одеській області// Наук. пр. / Одес. нац. акад. харч. технологій. Одеса, 2017. Т. 81, вип. 2. С. 64 – 75.

Отримано в редакцію 16.09.2017

Прийнято до друку 21.10.2017

Received 16.09.2017

Approved 21.10.2017