

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

О.М. Олійник

Досліджено динаміку обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) закладами ресторанного господарства Київської області у 2020 році. Виявлено загальні перешкоди для зростання кількості малих та середніх підприємств у зазначеній галузі економіки в умовах пандемії COVID-19. Досліджено сегментування ресторанного ринку Київщини, проведено експертне оцінювання критеріїв конкурентоспроможності ресторанів. Розраховано індекси, зведені показники конкурентоспроможності аналізованих закладів, встановлено резерви підвищення їх конкурентоспроможності, запропоновано основні напрями їх подальшого розвитку в умовах епідеміологічної ситуації, що склалася.

Ключові слова: конкурентоспроможність, сфера послуг, заклади ресторанного господарства, організація харчування, Київська область, пандемія.

RESEARCH OF TEMPORARY ACCOMMODATION AND CATERING ESTABLISHMENTS COMPETITIVENESS IN THE KIEV REGION UNDER PANDEMIC

O. Oliinyk

Banquet service sphere was stably showing the growth of mortgages number and mortgages number increasing, its forms refinement, and banquet mortgages unique concepts recognition. Especially because of the COVID-19 epidemic, the competition intensifies not only in the field of service facilities, but in general in the restaurant business. This determines the relevance of further research.

The purpose of the study is identifying the current state of temporary accommodation and catering competitiveness in the Kiev region under pandemic of COVID-19 virus.

This research paper examines the dynamics of the volume of products (goods, services) which are sold by temporary accommodation and catering enterprises in the Kiev region in 2020. At the beginning of 2020, the number of subjects of temporary accommodation and catering in Ukraine amounted to 69,689 units, including 7,885 enterprises (11,3% of the total) and 61,804 individuals – entrepreneurs (88,7%).

Common obstacles to the growth of the number of small and medium-sized enterprises in the given area of the economy under COVID-19 pandemic have been identified. According to the results of this survey, the pandemic has become the biggest obstacle for SMEs. Every second respondent (49,6%) reported it. In addition, almost every second respondent complains about insufficient orders, low demand or low purchasing power of the population – 45,0% of respondents.

The segmenting of the restaurant market in the Kiev region was investigated, an expert assessment of the criteria for the competitiveness of restaurants for banquet service was carried out. In order to compare the competitiveness of the banquet restaurant "Regent Hill" among the main competitors, we take the value of its ratings as a "standard", as well as determine the weight of each evaluation criterion. On the base of calculated competitiveness and weight indices, the consolidated competitiveness indicator of each restaurant was determined separately: "Regent Hill" – 1, "Verkhovyna" – 1, "100 persons" – 0.96, "Allegro Hall" – 0.88, "GooD MooD" – 0.91.

The indices are calculated, establishments' competitiveness combined indices and reserves for their competitiveness increasing are determined, the main directions of their further development under epidemiological situation are proposed. Prospects for further research in this direction are the formation of new competitive models of business organization in Kyiv region and in Ukraine as a whole.

Keywords: *competitiveness, service sector, public catering, reserves.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Останнім часом сфера ресторанного обслуговування стабільно демонструвала зростання обсягів замовлень, а відтак – збільшення кількості закладів, удосконалення їх форм, винайдення унікальних концепцій закладів ресторанного господарства тощо [1]. Настання епідемії COVID-19 спричинило загострення конкуренції не тільки у сфері обслуговування урочистостей, але й загалом у ресторанному бізнесі [2].

Усі підприємства готельно-ресторанного бізнесу в умовах жорсткої конкуренції, мінливої ситуації мусять не тільки концентрувати увагу на внутрішньому стані справ у закладі, але й виробляти стратегію довгострокового виживання, яка дозволить передбачати зміни, що відбуватимуться ззовні, водночас зберігаючи свої ринкові позиції, примножувати власні доходи [3]. Це й зумовлює актуальність подальших досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За оцінками Державної служби статистики України (ДССУ), на початок 2020 року кількість суб'єктів тимчасового розміщення й організації харчування в Україні становила 69 689 одиниць, серед них 7885 підприємств (11,3% до загального показника) та 61 804 фізичних особи – підприємці (88,7%) [4]. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) цими підприємствами становив 487,18 млрд грн наприкінці 2019 року.

Динаміку зростання темпів реалізації за 2010–2019 рр. наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств із виробництва харчових продуктів у 2010–2019 р. (тис. грн) [5]

Рік	Обсяг реалізованої продукції, млн грн	Рівень обігу, %	Приріст обігу, %
2010	151,466	–	–
2011	177,222	117,00	17,00
2012	184,765	104,26	4,26
2013	194,138	105,07	5,07
2014	234,834	120,96	20,96
2015	310,261	132,12	32,12
2016	365,061	117,66	17,66
2017	426,051	116,71	16,71
2018	465,416	109,24	9,24
2019	487,177	104,68	4,68

Для проведення зазначених досліджень були обрані підприємства ресторанного господарства Київщини. Згідно з даними, опублікованими Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій та Київською ОДА, важливу роль у забезпеченні економічного розвитку Київської області відіграють суб'єкти малого та середнього підприємництва (МСП). За підсумками 2019 року на МСП припадало 66,4% від обсягу реалізованої продукції на Київщині, що виконують важливу соціальну функцію. За підсумками 2019 року у секторі було зайнято 397,5 тис. осіб, що становило 52,7% від усіх зайнятих працездатного віку в регіоні. Більше чверті малих підприємств у 2019 році працювало у сфері торгівлі (27,4%), на промисловість і сільське господарство припадало відповідно 14,0% та 12,3%, на сферу тимчасового розміщення й організації харчування – 2,0% (1,9 тис. осіб). В останній було зафіксовано 400 суб'єктів малого бізнесу, що станом на початок 2020 року реалізували продукції та послуг власного виробництва на 0,5 млрд грн [6]. У табл. 2 наведено динаміку показника обсягу реалізованої продукції та послуг підприємствами тимчасового розміщення й організації харчування у 2020 році.

Таблиця 2

Обсяг реалізованих послуг підприємствами тимчасового розміщення й організації харчування в Київській області у 2020 р., млрд грн

Тимчасове розміщення й організація харчування	Робота підприємств у 2020 р. поквартально							
	I		II		III		IV	
	ОРП	у т.ч. РПН ²	ОРП	у т.ч. РПН	ОРП	у т.ч. РПН	ОРП	у т.ч. РПН
Загалом	0,23	0,09	0,06	0,03	0,15	0,08	5,0	3,43
Тимчасове розміщення	0,05	0,04	0,01	0,01	0,03	0,02	1,24	0,75
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	0,18	0,05	0,05	0,02	0,12	0,06	3,76	2,68

Примітки: ОРП – обсяг реалізованих послуг;

РПН – у т.ч. реалізовано послуг населенню.

Виявилось, що розвиток МСП у Київській області обмежують перешкоди, рейтинг яких, згідно з опитуванням, очолює суттєвий вплив пандемії COVID-19 на бізнес-середовище (рис. 1).

Згідно з результатами цього опитування пандемія стала найбільшою перешкодою для суб'єктів МСП. Про неї повідомив кожен другий з опитаних (49,6%). Також майже кожен другий респондент поскаржився на недостатній обсяг замовлень, низький попит чи низьку купівельну спроможність населення – 45,0% опитаних. Ще 41,9% вважають, що розвиток їхнього бізнесу обмежує нестабільна політична ситуація (нестабільність уряду, можливість протестних рухів). Серед інших важливих перешкод виділяються корупція (28,5%), низька доступність кредитів (26,1%) та обтяжливе податкове адміністрування (23,6%). Майже кожен п'ятий респондент скаржиться на високий регуляторний тиск (19,6%) та високі ставки податків (18,9%).

У рамках дослідження «Ділова думка» керівникам промислових підприємств було запропоновано дати відповіді щодо впливу карантину, який було запроваджено в Україні в березні 2020 року. Переважна більшість опитаних (79,6%) у Київській області та місті Києві повідомила, що карантин так чи інакше вплинув на діяльність підприємств (на рівні країни – 89,3%). Водночас 20,4% опитаних зазначили, що не відбулося жодних змін (10,4% на рівні країни). Вплив карантину мав наслідки для підприємств, незалежно від їхнього розміру. У розрізі Київської області та Києва карантин більше вплинув

на середні та великі підприємства (79,2% та 92,3% опитаних відповідно), менше – на малі (66,7%) [8].

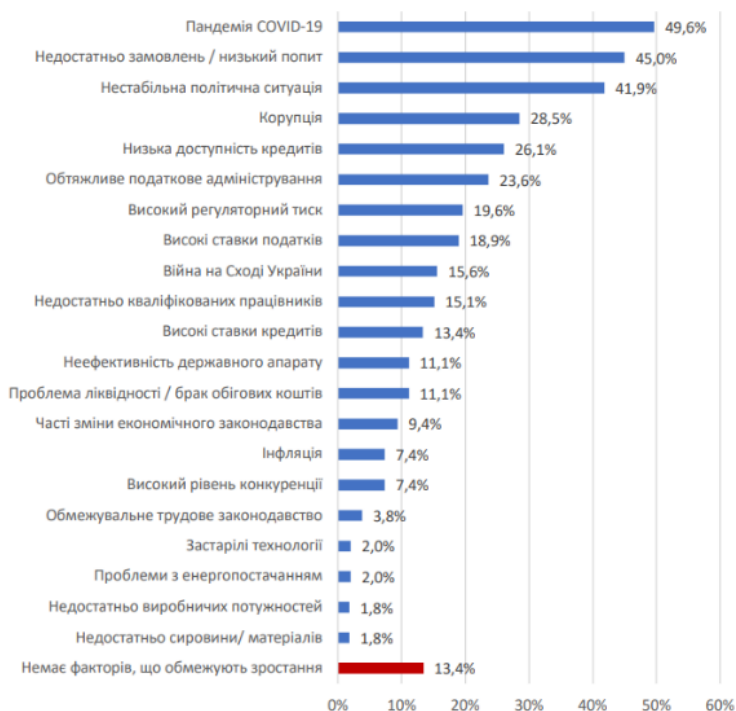


Рис. 1. Загальні перешкоди для зростання МСП у 2020 р. [7]

Результати дослідження стасуються і сфери гостинності, зокрема існуючих закладів ресторанного господарства. Так, на сьогодні ринку ресторанних послуг притаманний високий ступінь конкуренції між закладами, оскільки на ньому завжди є можливість для відносно швидкого проникнення нових підприємств і виведення нового продукту. Конкурентоспроможність ресторану визначається багатьма чинниками й умовами, серед них основними є особливості концепції самого закладу, послуг, які воно надає, і ступінь лояльності споживачів [9].

За минулі три роки ресторанний ринок Київщини поповнився десятком нових закладів різних типів, концепцій і форматів, які тільки посилюють конкуренцію в галузі організації харчування [10–12]. Поповнення міських мереж ресторанного господарства новими

зкладами, зростання обороту у сфері організації харчування, підвищення якості обслуговування та розширення цінової пропозиції – усе це свідчило про стабілізацію ресторанного бізнесу до початку карантинних заходів [13; 14]. На рис. 2 наведено найбільш популярні серед мешканців Київщини заклади ресторанного господарства.

Таким чином, найбільшу частку ринку займає ресторан «Regent Hill», його прямими конкурентами є весільний центр «Верховина», ресторан «100 персон», ресторан «Allegro Hall», ресторан «GooD MooD»; непрямыми конкурентами виступають заклади, що лишилися (рис. 2).

Метою статті є виявлення сучасного стану конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства з організації харчування в Київській області в умовах пандемії вірусу COVID-19.

Виклад основного матеріалу дослідження. Додатково до вимог щодо класифікації закладів ресторанного господарства за ДСТУ 4281:2004 «Класифікація закладів ресторанного господарства. Характеристика типів» нами розроблено вдосконалену методику оцінювання показника конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства.

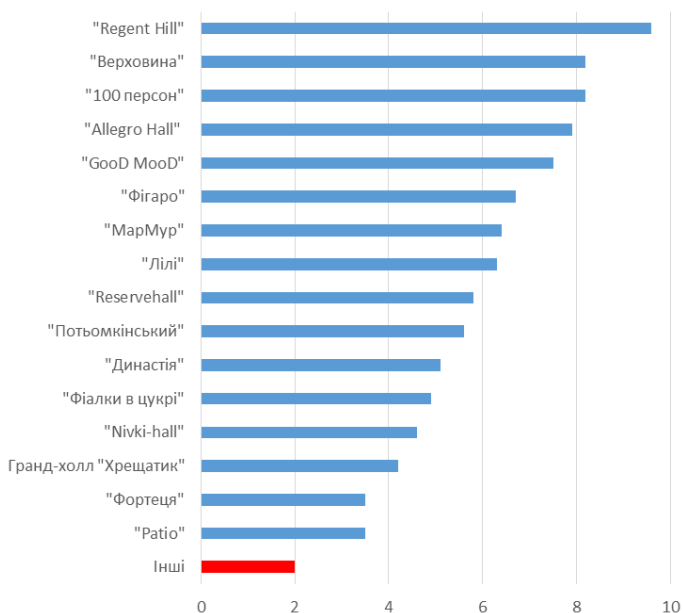


Рис. 2. Частка ринку провідних закладів ресторанного ринку Київщини

Визначено, що для оцінювання показника конкурентоспроможності доцільно застосувати такі показники: інтер'єр; кількість посадкових місць; меню, кухня; паркувальна зона; популярність, репутація; режим роботи; розташування; середній чек бенкету на одну особу; якість обслуговування; додаткові послуги.

Оцінка конкурентоспроможності розрахову як відношення добутку значення *i*-го критерію і його вагомості до загальної кількості розглянутих критеріїв.

Критерії конкурентоспроможності були обрані й оцінені експертами, у ролі яких виступили: відвідувачі досліджуваних закладів; керуючі ресторанів; уповноважені особи департаменту споживчого ринку Адміністрації Київської області; фахівці відділу маркетингових досліджень підприємств тимчасового розміщення та організації харчування.

Експертам було запропоновано відповісти на запитання анкети й оцінити за 5-бальною шкалою 10 критеріїв конкурентоспроможності ресторану. Результати експертної оцінки критеріїв конкурентоспроможності обраних закладів подано в табл. 3.

Таблиця 3

Результати експертного оцінювання критеріїв конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства Київської області

Критерій оцінювання	Середня бальна оцінка критерію за 5-бальною шкалою				
	«Regent Hill»	«Верховина»	«100 персон»	«Allegro Hall»	«Good Mood»
1. Інтер'єр	4	5	5	4	4
2. Кількість посадкових місць	4	5	5	4	3
3. Меню, кухня	5	5	4	4	3
4. Паркувальна зона	5	5	3	5	4
5. Популярність, репутація	5	5	4	4	3
6. Режим роботи	4	3	4	5	5
7. Розташування	5	4	4	3	5
8. Середній чек бенкету на 1 особу	4	4	4	3	5
9. Якість обслуговування	5	5	5	4	5
10. Додаткові послуги	4	5	5	4	4

За результатами бальної оцінки неможливо дати комплексну оцінку конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства без урахування вагомості кожного критерію. Для того щоб порівняти,

наскільки конкурентоспроможний ресторан «Regent Hill» серед основних конкурентів, візьмемо його оцінки за еталон, так само визначимо експертним шляхом вагомість кожного критерію оцінювання (табл. 4).

Таблиця 4

Характеристика вагомості критеріїв і значення еталонних оцінок конкурентоспроможності закладів Київської області

Критерій оцінювання конкурентоспроможності	Параметри критерію	
	Оцінка закладу-еталона	Вагомість критерію
1. Інтер'єр	4	0,10
2. Кількість посадкових місць	4	0,05
3. Меню, кухня	5	0,17
4. Паркувальна зона	5	0,06
5. Популярність, репутація	5	0,11
6. Режим роботи	4	0,09
7. Розташування	5	0,07
8. Середній чек бенкету на 1 особу	4	0,10
9. Якість обслуговування	5	0,15
10. Додаткові послуги	4	0,10

Порівнюючи з еталонами оцінки кожного конкурента в розрізі критеріїв отримуємо індекси конкурентоспроможності кожного закладу (табл. 5).

Таблиця 5

Індекси конкурентоспроможності ресторанів Київської області

Критерій оцінювання	Оцінка критерію відносно закладу-еталона				
	«Regent Hill»	«Верховина»	«100 персон»	«Allegro Hall»	«Good Mood»
1. Інтер'єр	1	1,25	1,25	1	1
2. Кількість посадкових місць	1	1,25	1	1	0,75
3. Меню, кухня	1	1	0,8	0,8	0,6
4. Паркувальна зона	1	1	0,6	1	0,8
5. Популярність, репутація	1	1	0,8	0,8	0,6
6. Режим роботи	1	0,75	1	1,25	1,25
7. Розташування	1	0,8	0,8	0,6	1
8. Середній чек бенкету на 1 особу	1	1	1	0,75	1,25
9. Якість обслуговування	1	1	1	0,8	1
10. Додаткові послуги	1	1,25	1,25	1	1

На підставі розрахункових індексів конкурентоспроможності та показників вагомості визначаємо зведений показник конкурентоспроможності кожного ресторану окремо (табл. 6).

Таблиця 6

**Зведені показники конкурентоспроможності
закладів ресторанного господарства Київської області**

Зведений показник конкурентоспроможності	Найменування закладу				
	«Regent Hill»	«Верховина»	«100 персон»	«Allegro Hall»	«GoD Mood»
	1	1	0,96	0,88	0,91

Оцінка й аналіз даних показали, що найближчими конкурентами «Regent Hill» серед розглянутих закладів є «Верховина», «100 персон», «GoD Mood». Щоб підприємство ресторанного господарства вважалося успішним, необхідно врахувати всі чинники, що впливають на його конкурентну позицію. Загалом «Regent Hill» має досить високий, але не абсолютний рівень конкурентоспроможності. Для виявлення слабких сторін було проаналізовано кожен чинник конкурентоспроможності за його значущістю і можливістю зміни.

Аналіз і оцінка конкурентоспроможності ресторану «Regent Hill» та його конкурентів дозволили виявити напрями і резерви підвищення конкурентоспроможності закладу. На рис. 3 наведено багатокутник конкурентоспроможності для кожного розглянутого закладу.

На діаграмі видно, що конкурентної переваги над іншими закладами ресторан «Regent Hill» може досягти в таких напрямках: якість обслуговування; кількість посадкових місць; середній чек банкету на 1 особу; інтер'єр; популярність і репутація; додаткові послуги. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства організації харчування полягають переважно у використанні цінових і нецінових чинників.

Цінова конкуренція у сфері ресторанного обслуговування формується на основі зміни ціни послуги на одну людину. Установлюючи меншу ціну в розрахунку на одного гостя або загальну в розрахунку на весь контингент, заклад набуває можливості зміцнити свої позиції порівняно з конкурентами. Головним варіантом нецінової конкуренції є та, що заснована на якості надаваних основних і додаткових послуг. Підвищуючи якість обслуговування й утримуючи ціну на рівні найближчих конкурентів, ресторан отримує значні конкурентні переваги, наявність яких дозволяє йому зайняти лідируюче становище на ринку, збільшити кількість гостей і займану

ринкову частку. Зауважимо, що підвищити якість обслуговування можна без істотних інвестиційних вкладень.



Рис. 3. Багатокутники конкурентоспроможності ресторану «Regent Hill» та його конкурентів

Висновки. Узагальнюючи результати проведеного аналізу, можна зробити висновок, що лідерство на ринку послуг з організації харчування дає можливість ресторану бути корисним відвідувачам у будь-який момент їх життя і в будь-якому районі міста й області; забезпечувати персоналу ресторану гідну винагороду, можливості зростання і соціальні гарантії; вибудовувати систему взаємовигідного та тривалого партнерства з постачальниками і клієнтами; заробляти гідний прибуток та інвестувати в розвиток бізнесу.

Таким чином, залучення більш кваліфікованого персоналу може розглядатися як підвищення якості послуг, що надаються. Це потребуватиме додаткових витрат, але їх розмір, як правило, значно менше, ніж розмір очікуваного ефекту. Зі збільшенням кількості ресторанів розширюється й асортимент гастрономічних пропозицій і, відповідно, потреба споживача в якісному обслуговуванні також.

Найбільш ефективним зняряддям нецінової конкуренції завжди була реклама, сьогодні її роль зросла багаторазово. За допомогою реклами заклади ресторанного господарства не тільки доносять до споживачів інформацію про послуги, що надаються, але й формують довіру до своєї товарної та цінової політики, прагнучи створити позитивний образ ресторану.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямі є формування нових конкурентоспроможних моделей організації бізнесу на Київщині та в Україні загалом.

Список джерел інформації / References

1. Чейметова В. А. Исследование конкурентоспособности сферы услуг (на примере предприятия общественного питания) [Электронный ресурс] / В. А. Чейметова, О. Н. Сетенева // Вопросы управления. – 2014. – № 1 (7). – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-konkurentosposobnosti-sfery-uslug-na-primere-predpriyatiya-obschestvennogo-pitaniya>

Чейметова, В., Сетенева, О. “Research of the competitiveness of the service sector (on the example of a public catering enterprise)” [“Issledovanie konkurentosposobnosti sfery uslug (na primere predpriyatija obshchestvennogo pitaniya)”], available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-konkurento-sposobnosti-sfery-uslug-na-primere-predpriyatiya-obschestvennogo-pitaniya>

2. Применко В. Г. Стан ресторанного бізнесу в Україні в умовах пандемії: огляд та перспективи / В. Г. Применко, К. А. Сефіханова // Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф., 24–25 берез. 2021 р. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2021. – С. 206–209.

Prymenko, V., Sefikhanova, K. (2021), “The state of the restaurant business in Ukraine in a pandemic: an overview and prospects”, *Ukraine in world globalization processes: culture, economy, society* [“Stan restorannogo biznesu v Ukraini v umovax pandemiyi: oglyad ta perspektyvy”], KNUKiM Pub. Center, Kyiv, pp. 206-209.

3. Prymenko, V., Sefikhanova, K., Scheneva, V. (2020), “Search of conceptions of development of Dnipropetrovsk region”, *Trends, prospects and challenges of sustainable tourism development: monograph*. Ed. by Marta Barna, LUTE, Lviv, pp. 195-208.

4. Кількість суб’єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2019 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

“Number of business entities by type of economic activity in 2019” [“Kilkist subyektiv gospodaryuvannya za vydamy ekonomichnoyi diyalnosti u 2019 roci”], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств за виробництвом харчових продуктів у 2010–2019 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

“Volume of sold products (goods, services) of enterprises for food production in 2010–2019” [“Obsyag realizovanoi produkciyi (tovariv, poslug) pidpryyemstv za vyrobnytctvom harchovyh produktiv u 2010–2019 rr.”], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

6. Основні показники малих підприємств Київської області у 2019 році [Електронний ресурс] : статистичний бюлетень / Головне управління статистики в Київській області. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Main Department of Statistics in Kyiv Region, *Main Indicators of Small Enterprises of Kyiv Region in 2019: Statistical Bulletin* [Osnovni pokaznyky malyh pidpryyemstv Kyuyivskoyi oblasti u 2019 roci: Statystychnyj byuletень], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

7. Опитування суб’єктів МСП Київської області у 2020 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://koda.gov.ua/>

“Survey of SMEs of Kyiv region in 2020” [“Opytuvannya subyektiv MSP Kyuyivskoyi oblasti u 2020 roci”], available at: <http://koda.gov.ua/>

8. ІЕД-Ділова думка, липень-серпень 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

“IER-Business Thought, July-August 2020” [“IED-Dilova dumka, lypen-serpen 2020”], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

9. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 287 с.

Hammer, M., Champi, J. (2006), *Reengineering the Corporation: a manifesto for business revolution* [Reinzhyhirynh korporatsii: manifest revoliutsii v biznesi], Mann, Ivanov i Ferber, Moscow, 287 p.

10. Prymenko, V., Sefikhanova, K., Shchenova, V., Kononykin, V. (2021), “Revitalization of the Dnipro «rusty horseshoe» as a cluster of creative industries and tourism”, *Administrative and socio-economic systems: scientific and practical aspects of sustainable development* : monograph. WSZiA w Opolu, Opole, Part 3, pp. 218-227.

11. Сефіханова К. А. Сучасний стан конкурентних переваг на профільному туристичному ринку України / К. А. Сефіханова, В. Г. Применко // Інноваційні технології в науці та освіті. Європейський досвід : матеріали III міжнар. конф., 12–14 лист. 2019 р. / НМетАУ-УвА. – Дніпро ; Амстердам, 2019. – С. 335–339.

Sefikhanova, K., Prymenko, V. (2019), “The current state of competitive advantages in the profile tourist market of Ukraine”, *Innovative technologies in science and education. European experience* [“Suchasnyj stan konkurentnyh perevag na profilnomu turystychnomu rynku Ukrainy”], NMetAU-UvA, Dnipro, Amsterdam, pp. 335-339.

12. Антошкова Н. А. Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг в Україні / Н. А. Антошкова // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : Вид-во ЛІТЕУ, 2020. – С. 203–205.

Antoshkova, N. (2020), “Analysis of the modern market of restaurant services in Ukraine” [“Analiz suchasnoho rynku restorannykh poslug v Ukraini”], *Suchasni napriamy rozvytku ekonomiky, pidpryyemnytstva, tekhnolohii ta yikh*

pravovoho zabezpechennia: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, pp. 203-205.

13. Sefikhanova, K., Prymenko, V., Hrushka, V., Pishokha, A. (2020), “Condition of investment in tourism business of Dnipropetrovsk region and search of conceptions of its development”, *Socio-economic development of the regions in conditions of transformation: monograph*. WSZiA w Opolu, Opole, pp. 191-199.

14. Шевчук Ю. А. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного бізнесу України: чинники та проблеми / Ю. А. Шевчук // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Економічні науки. – 2020. – № 1 (143). – С. 41–51.

Shevchuk, Yu. (2020), “Current state and prospects of hotel business development in Ukraine: factors and problems” [“Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku gotelnogo biznesu Ukrayiny: chynnyky ta problemy”], *Bulletin of KNUTD*, No. 1 (143), pp. 41-51.

Олійник Оксана Миколаївна, канд. культурології, ст. викл., кафедра готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, Київський національний університет культури і мистецтв. Адреса: вул. Є. Коновальця, 36, м. Київ, Україна, 01133. Тел.: 0978660444; e-mail: oksana_oliinyk@ukr.net.

Oliynyk Oksana, PhD in Cultural Studies, Senior Lecturer, Department of Hotel, Restaurant and Tourism Business, Kyiv National University of Culture and Arts. Address: E. Konovalets st., 36, Kyiv, Ukraine, 01133. Tel.: 0978660444; e-mail: oksana_oliinyk@ukr.net.

DOI: 10.5281/zenodo.5040574