

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-127-134

JEL : L83, L19

УДК (339.13:640.4)((477)+061.1ЄС)(045)

**Романуха О. М.,**  
канд. іст. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: romanukha@donnuet.edu.ua

**Горіна Г. О.,**  
д-р екон. наук,  
професор

e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

**Васильєва В. К.,**  
магістрант

e-mail: vasylieva@donnuet.edu.ua

### КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС

UDK (339.13:640.4)((477)+061.1EU)(045)

**Romanukha O. M.,**  
PhD in History,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National University  
of Economics and Trade,  
Krivyi Rih, Ukraine,  
e-mail: e-mail: romanukha@donnuet.edu.ua

**Gorina G. O.,**  
Grand Phd of Economic Sciences,  
Professor

e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

**Vasylieva V. K.,**  
Master

e-mail: vasylieva@donnuet.edu.ua

### COMPARATIVE ANALYSIS OF THE STATE OF MARKET DEVELOPMENT OF HOTEL SERVICES IN UKRAINE AND EU COUNTRIES

*Мета статті* — вивчення тенденцій розвитку ринку готельних послуг України та країн Європейського Союзу, визначення їх спільних та відмінних рис.

*Методи.* Використано комплекс загальнонаукових методів: аналогії, аналізу, синтезу, логічного узагальнення; статистичний, компаративний методи; метод багатовимірного факторного аналізу. Вихідним фактом дослідження є констатація залежності тенденцій розвитку готельного ринку України від тенденцій розвитку готельного ринку Європи. Спираючись на концепцію концентричних кіл та позиції лідера Європейського готельного ринку в світі, готельний ринок України розвивався в більшій мірі під впливом європейського про, що свідчить, як географічне розташування готелів в Україні так і особливості їх сервісно-технологічної діяльності.

*Результати.* Проведено порівняльний аналіз динаміки розвитку готелів та аналогічних засобів розміщення України та країн Європейського Союзу за показниками: загальної кількості готелів та аналогічних засобів розміщення; співвідношення кількості готелів та аналогічних засобів розміщення у місті та селі, на узбережжі та на материковій частині; кількості ліжко-місць в них; кількість ночівель в готелях та аналогічних місцях розміщення; заповнюваність ліжко-місць; середня тривалість перебування в готелях та аналогічних засобах розміщення; динаміки в'їзного та виїзного туризму.

Констатовано, що каталізатором розвитку готельного ринку виступав туризм. Рівень розвитку готельного господарства був вищим у тих країнах де була більша кількість туристів. При цьому, якщо в Європі домінував в'їзний туризм, то Україні — виїзний. Ринок послуг розміщення, протягом досліджуваного періоду, розвивався динамічно та мав однакові показники приросту. Найбільш активно готелі розвивалися у великих містах, де ставали центрами готельного бізнесу та новаторами розвитку. У той же час було виявлено тенденцію до переміщення готелів на узбережжя. Протягом 2015—2019 років значна кількість закладів розміщення була збудована саме там. Дані інновації були типові і для України. Втрата контролю над Кримським півостровом ак-

тивізувала цікавість інвесторів та відпочивальників до Одеси. Кардинально відмінними були показники України та країн Європейського Союзу в співвідношенні за кількістю закладів та ліжко-місць між містом та селом. Як не дивно, більшість ліжко-місць в країнах Європейського Союзу знаходилося в сільській місцевості. Це добре пояснює причини домінування в країнах ЄС готелів невеликої місткості та, як наслідок, більш вищі показники заповнюваності ліжко-місць в країнах ЄС — 45 %, проти 35 % — Україна.

Доведено, що в даних умовах готельний ринок України намагався адаптуватися та інтегруватися до Європейського. За кількісними показниками Україна та країни Європейського Союзу знаходилися майже на однаковому рівні за виключенням: Німеччини; Франції; Іспанії; Італії. Вони мали більш високі показники розвитку та формували ось впливу: Мадрид-Париж-Берлін. Віддаленість від даної осі, згідно теорії концентричних кіл, визначала активність готельного ринку України та особливості внутрішнього розташування закладів розміщення та їх функціонування.

**Ключові слова:** готель, Україна, ЄС, гостинність, обслуговування, послуги, туризм.

**Постановка проблеми.** Зростання попиту на обслуговування людини в ХХІ ст., сформувало повноцінну індустрію гостинності, прибутковість якої не поступається таким традиційним напрямом економіки, як важке машинобудування чи металургія. Поширювана та видозмінювана під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, вона вийшла за межі кордонів національних економік, ставши уособленням глобалізації на прикладі транснаціональних компаній в сфері туристичного, ресторанного та готельного господарства. Ключова роль при цьому відводилася саме засобам розміщення. Вони виступали основою індустрії гостинності, оскільки забезпечували проживання туристів, безпосередньо впливаючи на рівень його задоволення. Для багатьох країн світу готельна справа стала основою національних економік та двигуном змін, роль лідера у цьому посів європейський ринок. Близькість України до нього відкриває значні перспективи не лише у розвитку даного напрямку економіки, але й посилює інтеграційні процеси вступу до Європейського Союзу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Дане питання активно обговорювалося в науковій літературі. Серед загалу робіт варто виокремити дослідження фундаментальної якості І. Посохова. У своїй монографії автор детально проаналізував сучасний стан, структуру і перспективи розвитку європейського ринку готельних послуг [8]. У регіональному розрізі питання розвитку готельного ринку Німеччини вивчала Н. Коцан. Авторка звернула увагу на досвід організації готельного бізнесу в Німеччині, дослідила історичні особливості розвитку та функціонування готелів, виявила фактори, які сприяли розвитку готельних мереж [1]. Рі-

вень та перспективи інтеграції українського готельного ринку до ринку Європейського Союзу вивчали — О. М. Романуха, А. В. Слащєка, Ю. О. Халілова-Чуваєва [4]. Питання моніторингу структури готельних брендів та міжнародних готельних мереж Європи досліджувала О. Щикіна [9]. Зарубіжного досвіду розвитку підприємств готельного господарства торкалася Г. Негода [2]. Питання компаративного аналізу готельного ринку України та його кластеризації досліджував О. Романуха, Г. Скобелева, О. Єлісеєнко [5; 7].

У більшості з наявних досліджень автори проводили компаративний аналіз в рамках двосторонніх порівнянь України з іншою країною ЄС і не розглядали країни ЄС, як об'єднання з власним центром сили в рамках концепції концентричних кіл.

Мета статті полягає у вивченні тенденцій розвитку ринку готельних послуг України та країн Європейського Союзу, визначення їх спільних та відмінних рис.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Ключовим елементом розвитку ринку готельних послуг в Україні та країнах Європейського Союзу виступає туризм. Він визначає загальні тенденції розвитку готельної індустрії, оскільки саме остання має забезпечувати мандрівників засобами розміщення. Загальна динаміка розвитку туристичних потоків в країнах Європейського Союзу протягом 2015–2019 років була позитивною. Згідно даних статистичного порталу «Eurostat» кількість туристичних відвідувань в країнах членах ЄС зросла з 1 до 1,13 млрд разів. Найбільш популярними країнами за відвідуваннями стали Німеччина, Франція, Іспанія, середня кількість відвідувань яких становила понад 100 млн. Другу групу лідерів становила Чехія, Данія, Італія,

Нідерланди, Польща, Фінляндія, Швеція. Середня кількість відвідувань в даній групі становила 30–50 млн, інші країни ЄС мали показники 20 млн відвідувань та нижче. При цьому загальна кількість туристичних відвідувань в Україні за статистичними даними відносилася до другої групи країн та зросла протягом 2015–2019 років з 38 млн відвідувань до 43 млн [3, 6] — рис. 1.

Чим далі країна знаходилася від осі Берлін-Париж-Мадрид, тим менша кількість відвідувань реєструвалась там. Україна у даному плані мала віддалене розташування та перебувала між силою тяжіння двох центрів Західного (Берлін-Париж-Мадрид) та Східного (Москва). Проголошення курсу на євроінтеграцію мало успіхи у переорієнтації туристичних потоків на Захід, проте історичні переду-

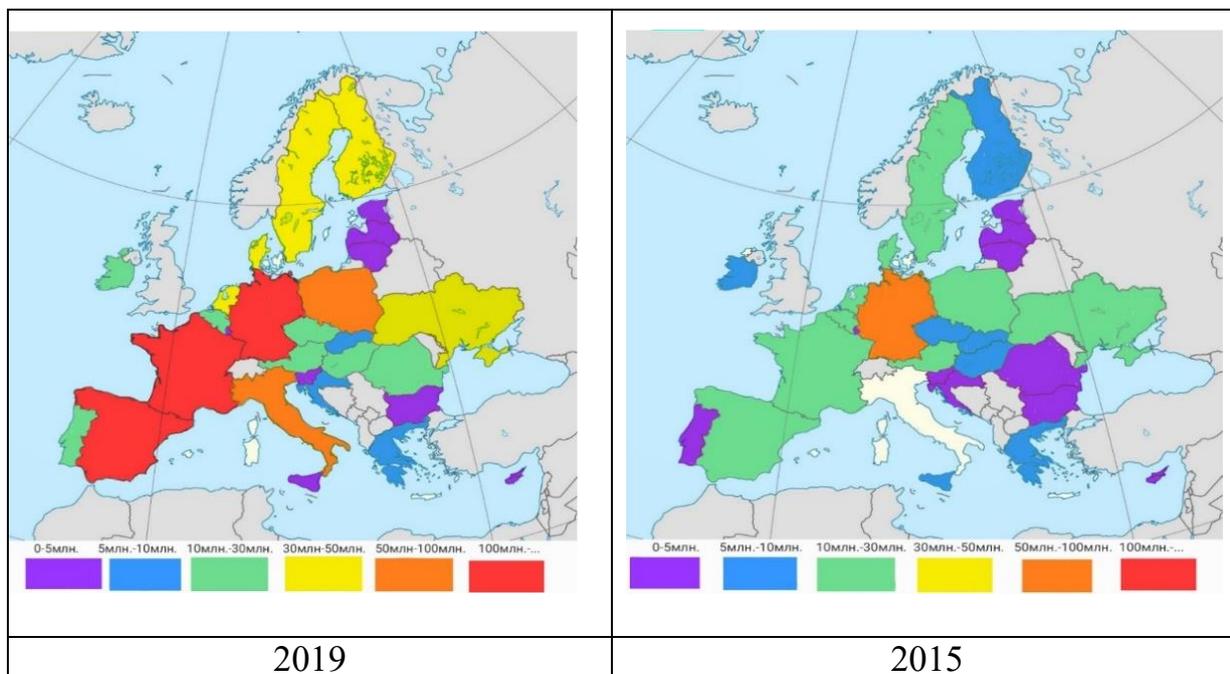


Рис. 1. Загальна динаміка туристичних потоків країн ЄС та України (систематизовано за даними [3, 6])

мови продовжували зберігати значний потік міграцій в Східному напрямку. Характеристика видів туристичної активності засвідчила трансформацію українського ринку з в'їзного на виїзний.

Такий потік туристів до Європи мала забезпечувати значна кількість готелів та аналогічних засобів розміщення. За даними Eurostat на долю країн Європейського Союзу припадало понад півмільйона закладів розміщення різного типу. В 2015 році кількість закладів розміщення становила 501 355 одиниць, 2019 року 617 953 одиниці, 2020 року вже 594 462 одиниці. Лідерами ринку стали Італія, Хорватія, Німеччина, Франція, Греція, Іспанія, Польща. Лише Італія протягом 2015–2019 років показала приріст закладів розміщення з 167 718 до 218 327 закладів. Майже з однаковими показниками були Німеччина та Іспанія. Проте, якщо Німеччина демонструвала мінімальний спад кількості закладів розміщення (2015 рік — 50 572 заклади, 2019

рік — 50 498 закладів), то Іспанія мала високі темпи приросту. 2015 року у ній нараховувалося 48 328 закладів розміщення, а 2019 року їх кількість сягала 52 894 установ. Дана група лідерів сформувалася багато в чому історично, розміри держав, велика кількість туристично-рекреаційних об'єктів сприяли посиленню уваги туристів до них. Країни Європейського Союзу, що знаходилися довкола країн першої групи мали значно менші показники кількості закладів розміщення. Це можна пояснити меншими розмірами держав, та їх певну віддаленість від економічно-туристичних центрів Європи. Польща, Чехія, Португалія, Болгарія, Бельгія, Словенія в середньому мали від 3 до 10 тис. закладів розміщення. Третю групу держав становили невеличкі країни, розташовані на окраїнах ЄС: Латвія, Литва, Естонія, Ірландія, Швеція, Данія, Нідерланди. Положення України відповідало критеріям другої групи (3–10 тис. закладів розміщення), а динаміка їх зростання протягом досліджуваного

періоду була не високою та характеризувалася незначними коливаннями. Причиною цього слід вважати проведення значних міжнародних заходів на кшталт Євробачення — 2017 [3, 6].

Ситуація щодо динаміки розвитку готелів та аналогічних закладів розміщення в країнах ЄС та Україні в цілому підтверджувала загальні тенденції розвитку ринку. Кількість готелів та аналогічних закладів розміщення у Європі протягом 2015–2019 років скоротилася. В той же час в Україні вона зросла на 23 % за 5 років. При цьому лідерами українського ринку готельних послуг виступали області Західної України та Півдня (переважно Одеська область). Вони демонстрували значні темпи приросту готелів в той час, як Східні та Центральні регіони переживали стагнацію чи взагалі мали від’ємну динаміку розвитку. Причина цього — реалізація курсу на Євроінтеграцію та посилення туристичного потоку в напрямку країн ЄС. Отже протягом 2015–2019 років капітали та інвестиції готельної індустрії України перемістилися зі Сходу на Захід [3, 6].

Європейський ринок готельних послуг в свою чергу переживав певну кризу, більшість країн демонстрували скорочення кількості готелів та аналогічних закладів розміщення. Так лідери ринку: Німеччина, Італія, Греція, Іспанія, Франція, протягом 2015–2019 років скоротили кількість даних закладів. Демонструючи зростання закладів розміщення у цілому, в сегменті готелі та аналогічні заклади розміщення вони показали спад. Причини цього: економічна криза та пандемія COVID-19. Так кількість готелів скоротилося в Німеччині з 33 635 одиниць 2015 року до 32 182 одиниць 2019 року; Італії 33 199 — 2015 року до 32 730 — 2019 року; Іспанії 19 718 — 2015 року до 19 683 — 2019 року; Греції 10 111 — 2015 року до 9 892 одиниць 2019 року. Звісно дані скорочення коливалися в межах 1–4 %. Найменший спад відзначався в Іспанії — 1 %, найбільший в Німеччині — 4 %. В той же час збільшення кількості готелів демонстрували: Чехія (4 %); Данія (11 %), Естонія (8 %); Хорватія (16 %); Кіпр (3 %); Латвія (4 %); Литва (18 %); Швеція (7 %); Фінляндія (2 %); Словачія (14 %); Словенія (121 %); Румунія (8 %); Польща (13 %). Як видно темпи приросту значно перевищували темпи спаду, а лідерами приросту стала Словенія, що показала за п’ять років 121 % приросту [3, 6].

З отриманих даних можемо констатувати поступове зростання цікавості мандрівників

до країн Центральної та Східної Європи. Стара Європа демонструючи скорочення кількості готелів переходила на нові види закладів розміщення, в той час, як Центральна та Східна активно розвивали саме сегмент готелів. Сприяло цьому і реформування транспортних шляхів, з метою покращення інфраструктури індустрії гостинності в Європі було запущено програму TACIS, яка мала забезпечити необхідною кількістю готелів та ресторанів основні транспортні коридори регіону [3, 6].

При цьому варто звернути увагу і на певні особливості Європейського ринку послуг розміщення. Порівнюючи дані відносно загальної кількості закладів розміщення, готелів та аналогічних закладів, інших місць розміщення, кемпінгів, автопарків для відпочинку та інше, слід звернути увагу на їх непропорційність. Так готелі та аналогічні заклади розміщення не становили більшість в загальній статистиці Європейського Союзу. Протягом 2015–2019 років частка інших місць розміщення, трималася на високому рівні та зростала з 67 % до 74 %. Вагому частку (понад 50 %) вони становили у 2015 році в таких країнах, як: Бельгія; Естонія; Греція; Іспанія; Хорватія; Італія; Литва; Нідерланди; Польща; Румунія; Словенія. В той же час, готелі домінували в Болгарії; Чехії; Німеччині; Франції; Кіпрі; Мальті; Австрії; Португалії. В 2019 році ситуація змінилася. Загальна частка інших місць розміщення на ринку ЄС зросла до 74 %. Дане збільшення відбулося за рахунок приросту в Болгарії з 32 % до 41 %; Латвії з 51 % до 71 %; Литві з 82 % до 87 %; Австрії з 38 % до 46 %; Португалії з 30 % до 67 %; Словенії з 77 % до 84 % [3, 6].

Цікаво, що зіставивши дані по динаміці розвитку готелів та аналогічних засобів розміщення з даними динаміки інших місць розміщення можна відзначити закономірність. Країни, в яких кількість готелів та аналогічних закладів розміщення зменшувалась протягом досліджуваного періоду, в той же час демонстрували зростання кількості інших закладів розміщення. І навпаки країни де відбувалось зростання кількості готелів показували зменшення кількості інших закладів розміщення.

Аналогічні процеси до країн Центральної Європи відбувалися і в Україні. Протягом 2015–2019 років частка готелів в загальному сегменті ринку зросла з 50 % до 62 %. Найбільш активно готелі розвивалися у великих

містах, де ставали центрами готельного бізнесу та новаторами розвитку. Високі темпи демонстрували міста Одеса, Київ, Запоріжжя, Дніпро, області Західної України. Посилення туристичного потоку з західному напрямку формувало попит на заклади розміщення в напрямку митниць чи вокзалів.

Аналізуючи готельний ринок країн Європейського Союзу варто звернути увагу на розподіл готелів та аналогічних засобів розміщення за кількістю номерів. Як 2015 так і 2019 роках на ринку домінували готелі з кількістю кімнат 25 та менше. Їх частка склала 60 %. Заклади з кількістю номерів 26–99 становили 33 % ринку. Готелі місткістю 99–100 номерів отримали 5 % ринку, а 250 та більше — 2 %. На українському ринку також домінували готелі невеликої місткості. За підрахунками більшість готелів в Україні мали 25 номерів та менше — 65 %. Частка середніх готелів 25–99 номерів становить 34 %. Великі готелі, що мали кількість номерів 250 та більше в Україні не перевищували 1 % [3, 6].

Звертаючи увагу на кількість ліжко-місць слід відзначити лідерів ринку. Так Німеччина (приріст 7 %), Греція (приріст 6 %), Іспанія (приріст 3 %), Італія (приріст 6 %), Нідерланди (приріст 2 %) продовжували тримати першість у даному напрямку. Не дивлячись на це найбільші темпи приросту при цьому продемонстрували країни Центральної Європи. Так Словенія — 70 %, Латвія — 33 %, Литва — 47 %, Хорватія — 23 %. Готелі мали 43 % з загальної частки ліжко-місць країн ЄС. Найбільша частка ліжко-місць у готелів була в таких країнах як Мальта, Кіпр, Греція, Болгарія, Ірландія (60 та більше відсотків). Найменша — Нідерланди, Хорватія, Данія, Франція (20 та менше відсотків) [3, 6].

Поряд з цим 2019 рік показав зміни, що супроводжувались зменшенням кількості ліжко-місць у попередніх місцях та їх зростанням на узбережжі морів та океанів. Німеччина, Іспанія, Франція, Румунія, Болгарія, країни Прибалтики збільшили кількість ліжко-місць в прибережних регіонах 2019 року, тенденції розподілу ліжко місць в Україні були аналогічні європейським. Період 2015–2019 років продемонстрував зростання кількості ліжко-місць в рекреаційних місцях України, особливо активно на морському узбережжі. Так Одеська область збільшила свою частку за кількістю місць розміщення з 9 % до 14 %.

Дані показники зростання були найвищими в країні. Незначні темпи зростання були притаманні Миколаївській та Херсонській областям з 3 % до 6 % місць розміщення [3, 6].

Відмінним був і розподіл ліжко-місць між містом та селом, більшість ліжко-місць в країнах Європейського Союзу знаходилася в сільській місцевості. 2015 року 72 % ліжко-місць перебували саме там. Виключення склали Мальта, Португалія і Румунія де більше половині усіх ліжко-місць знаходилися в містах, 2019 року до згаданого переліку додалася Іспанія. Проте порівняння темпів приросту засвідчило тенденцію до скорочення темпів зростання ліжко-міст у селах та збільшення їх приросту у містах, єдиними державами, де збереглася позитивна динаміка зростання лишилися Болгарія та Румунія.

Важливим критерієм оцінки динаміки розвитку ринку готельних послуг є рівень заповнюваності ліжко-місць. Загальна динаміка розвитку була позитивною. Готелі та аналогічні засоби розміщення збільшували відсоток заповнюваності ліжко-місць з 45 % до 50 %. Лідерами по рівню заповнюваності ліжко місць в країнах Європейського Союзу стали: Чехія — 36 % у 2015 році — 51 % у 2019 році; Данія — 47 та 48 % відповідно; Іспанія — 58–61 %; Франція — 47–50 %; Хорватія — 53–60 %; Італія — 42–49 %; Кіпр — 65–71 %; Мальта — 64–66 %; Нідерланди — 45–50 %; Португалія — 44–51 %. Тенденції розвитку ринку даного сегменту на території України мали менш позитивні оцінки. Заповнюваність ліжко-місць в цілому коливалася на рівні 35 %. Якщо Польща, Латвія, Литва, Естонія, Румунія на 2015 рік мали приблизно однакові показники заповнюваності з Україною то на 2019 рік вони вирвалися уперед в середньому на 5–6 %. Економічні негаразди, військовий конфлікт на Сході України несприятливо позначалися на загальній динаміці розвитку та призводили до зменшення потоку відвідувачів в Україну [3, 6].

Подібна до європейської була і динаміка тривалості перебування клієнтів в готелях та подібних закладах розміщення в Україні. В цілому динаміка тривалості перебування в країнах Європейського Союзу протягом 2015–2019 років зросла з 2,88 днів до 2,9, у той же час Україна демонструвала показники — 2,13–2,71 днів, що засвідчувало вищу інтенсивність зростання. Середня тривалість пере-

бування в готелях спала у 2016–2017 роках, але потім змінилися зростанням. Причина даного явища — проведення в Україні пісенного конкурсу «Євробачення-2017» [3, 6].

**Висновки.** Отже, каталізатором розвитку готельного ринку виступав туризм, як в Європі так і в Україні. Рівень розвитку готельного господарства був вищим у тих країнах де була більша кількість туристів. Стосовно характеру туристичних потоків, варто відзначити домінування в Україні виїзного туризму, в той час, як у країнах Європейського Союзу переважав в'їзний туризм. Сам ринок послуг розміщення, як в країнах Європейського Союзу так і в Україні, розвивався протягом досліджуваного періоду доволі динамічно та мав однаковий показник приросту. При цьому, ринок готельних послуг Європи у той же час показав скорочення кількості закладів, готельний ринок України мав приріст у 23 %. Специфіка ринку розміщення країн ЄС полягала у домінуванні інших закладів розміщення ніж готелі, в Україні навпаки. Частка готелів в Європі протягом 2015–2019 років скоротилася з 33 до 26 % у той же час в Україні вона зросла з 50 % до 62 %. Обидва об'єкти аналізу робили ставку на розвиток готелів невеликої місткості. В країнах ЄС готелі кількістю 25 номерів становили 60 % ринку. В Україні дані показники дорівнювали — 65 %. При цьому незважаючи на те, що готелі в Європі у середньому займали 30 % ринку їм належало 43 % ліжко-місць, аналогічна ситуація простежувалась і на українському ринку.

При цьому загальна динаміка збільшення кількості ліжко місць протягом 2015–2019 років була в двічі вищою саме в готелях, що знаходилися на узбережжі. Якщо протягом 2015–2019 років кількість місць в готелях на материковій частині зросла на 4 % то на узбережжі на 8 %. Кардинально відмінними були показники України та країн Європейського Союзу в співвідношенні за кількістю між містом та селом. Торкаючись рівня заповнюваності ліжко-місць в ЄС слід відзначити її позитивний характер, протягом 2015–2019 років готелі та аналогічні засоби розміщення збільшили відсоток заповнюваності ліжко-місць з 45 % до 50 %. Тенденції розвитку ринку даного сегменту на території України коливалося на рівні 35 %.

Приймаючи до уваги викладений матеріал можемо вести мову про поступову інтеграцію українського готельного ринку до європей-

ського. За кількісними показниками Україна та країни Європейського Союзу знаходяться майже на однаковому рівні, виключення становлять країни Західної Європи: Німеччина; Франція; Іспанія; Італія. Вони формували центр готельного кластеру Європи та визначали динаміку й особливості його розвитку. Виходячи з цього можна вести мову, що динаміка розвитку готельного ринку Європи прямо пропорційна віддаленості країн від осі Мадрид-Париж-Берлін. Більшість міжнародних готельних мереж відносилися до цих країн, вони мали найбільшу кількість туристів та фінансові можливості для експериментів. Зважаючи на це інтеграція готельного ринку України до Європи сприятиме позитивному його зростанню, підвищенню сервісу та стандартів обслуговування.

### Список літератури

1. Коцан Н. Досвід організації готельного бізнесу в Німеччині. *Науковий вісник Східно-європейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ III. Рекреаційна географія та географія туризму*. 2018. №3. С. 82–87.
2. Негода Г. А. Аналіз зарубіжного досвіду розвитку підприємств готельного господарства. *Економічний часопис XXI*. 2012. №9–10. С. 64–66.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.10.2022)
4. Романуха О. М., Слащека А. В., Халілова-Чуваєва Ю. О. Інтеграції готельно-ресторанної галузі України до європейського простору. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 1. С. 127–131.
5. Романуха О. М., Ніколайчук О. А., Приймак Н. С., Горіна Г. О., Халілова-Чуваєва Ю. О. Організація безпеки діяльності готелю, як фактор підвищення його конкурентоспроможності. *Торгівля і ринок України*. 2021. № 2(50). С. 84–92.
6. Сайт eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/en> (дата звернення: 25.10.2022).
7. Скобелева Г. С., Єлісеєнко О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства України. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2015. № 4 (32). С. 45–48.
8. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та націо-

нальний досвід : колективна монографія / за заг. ред. А. Ю. Парфіненка. Харків. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 412 с.

9. Шикіна О.В. Динаміка розвитку міжнародної готельної індустрії на прикладі готельних мереж. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/199587093.pdf> (дата звернення: 17.10.2022).

### References

1. Koczan, N. (2018). *Dosvid organizaciyi hotelnogo biznesu v Nimechchyni* [Experience of hotel business organization in Germany]. *Naukovyj visnyk Shidnoyevropejskogo nacionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrayinky. Rozdil III. Rekreacijna geografiya ta geografiya turizmu* [Scientific Bulletin of Lesya Ukrainka East European National University. Chapter III. Recreational geography and geography of tourism], no. 3, pp. 82–87.

2. Nehoda, H. A. (2012). *Analiz zarubizhnogo dosvidu rozvytku pidpryemstv hotelnogo gospodarstva* [Analysis of foreign experience in the development of hotel enterprises]. *Ekonomichnyj chasopys XXI* [Economic journal XXI], no. 9–10, pp. 64–66.

3. *Oficijnyj sayt Derzhzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrainy* [Official website of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua>. (Accessed on 25 October 2022).

4. Romanukha, O. M., Slashheka, A. V., Khalilova-Chuvayeva, Yu. O. (2021). *Integraciyi gotelno-restorannoyi galuzi Ukrainy do yevropejskogo prostoru* [Integration of the hotel and restaurant industry of Ukraine into the European space]. *Visnyk Khmelnyckoho nacionalnoho*

*universytetu. Ekonomichni nauky* [Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences], no. 1, pp. 127–131.

5. Romanukha, O. M., Nikolajchuk, O. A., Pryjmak, N. S., Gorina, G. O., Khalilova-Chuvayeva, Yu. O. (2021). *Organizaciya bezpeky diyalnosti gotelyu, yak faktor pidvyhhennya jogo konkurentospromozhnosti* [Organization of hotel security as a factor in increasing its competitiveness]. *Torhivlya i rynek Ukrainy* [Trade and market of Ukraine], no. 2(50), pp. 84–92.

6. *Sait eurostat* [Eurostat website]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua>. (Accessed on 25 October 2022).

7. Skobyelyeva, G. S., Yelisyeyenko, O. V. (2015). *Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku gotelnogo gospodarstva Ukrainy* [The current state and prospects for the development of the hotel industry in Ukraine]. *Visnyk Berdyanskogo universytetu menedzhmentu i biznesu* [Bulletin of the Berdyan University of Management and Business], no. 4 (32), pp. 45–48.

8. *Suchasni tendenciyi rozvytku gotelno-restorannogo biznesu: mizhnarodnyj ta nacionalnyj dosvid* [Modern trends in the development of the hotel and restaurant business: international and national experience]. Kharkiv, KhNU imeni V. N. Karazina Publ, 412 p.

9. Shykina, O. V. *Dynamika rozvytku mizhnarodnoyi gotelnoyi industriyi na prykladi gotelnyh merezh* [The dynamics of the development of the international hotel industry on the example of hotel chains]. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/199587093.pdf>. (Accessed on 30 October 2022).

**Objective.** *The objective of the present article is to study the trends in the development of the market of hotel services in Ukraine and the countries of the European Union, to determine their common and distinctive features.*

**Methods.** *A complex of general scientific methods is used: analogy, analysis, synthesis, logical generalization; statistical, comparative methods; multidimensional factor analysis. The initial fact of the study is the determination of the dependence of the development trends of the hotel market of Ukraine on the trends of the development of the European hotel market due to the geographical, economic and cultural-historical proximity of the regions. Based on the concept of concentric circles and the leading position of the European hotel market in the world, the hotel market of Ukraine developed to a greater extent under the weakened influence of the European, which is evidenced by both the geographical location of hotels and similar means of accommodation in Ukraine and service and technological innovations.*

**Results.** *A comparative analysis of the dynamics of the development of hotels and similar means of accommodation in Ukraine and the countries of the European Union was carried out according to the following indicators: the total number of hotels and similar means of accommodation; the ratio of the number of hotels and similar means of accommodation in the city and the countryside, on the coast and on the mainland; the number of beds in them; the number of overnight stays in hotels and similar places of accommodation; occupancy of beds; average length of stay in hotels and similar means of accommodation; dynamics of inbound and outbound tourism.*

*It was established that tourism acted as a catalyst for the development of the hotel market, both in Europe and in Ukraine. The level of development of the hotel industry was higher in those countries where there was a larger number of tourists. At the same time, if inbound tourism dominated in Europe, then in Ukraine, on the contrary, outbound tourism prevailed. The accommodation services market, during the studied period, developed dynamically and had the same growth rates. Hotels developed most actively in large cities, which became centers of the hotel business and pioneers of development. At the same time, there was a tendency to move hotels to the coast. During 2015–2019, a significant number of accommodation facilities were built there. These innovations were also typical for Ukraine. The loss of control over the Crimean peninsula intensified the interest of investors and vacationers in Odesa. This contributed to its rise to the first places in the state in terms of the rate of development of the hotel business. The indicators of Ukraine and the countries of the European Union were radically different in the ratio of the number of institutions and beds between the city and the village. Surprisingly, the majority of bed places in the countries of the European Union were located in rural areas. This explains well the reasons for the dominance of small-capacity hotels in the countries of the European Union and, as a result, higher bed occupancy rates in the EU countries — 45 %, against 35 % — Ukraine.*

*It is proven that under these conditions, the hotel market of Ukraine tried to adapt and integrate into the European one. According to quantitative indicators, Ukraine and the countries of the European Union were almost at the same level, with the exception of: Germany; France; Spain; of Italy They had higher development indicators and formed the axis of influence: Madrid-Paris-Berlin. The distance from this axis, according to the theory of concentric circles, determined the activity of the Ukrainian hotel market and the peculiarities of the internal location of accommodation establishments and their functioning.*

**Key words:** hotel, Ukraine, EU, hospitality, service, services, tourism.

*Надійшла до редакції 17.11.2022*