

Компанії авіаційних двигунів мають широкі можливості для міжнародного співробітництва, зокрема щодо надання послуг з капітального ремонту та технічного обслуговування двигунів для вертольотів типу «Мі» та «КА». Другим перспективним напрямком розвитку підприємства є виробництво власних вертольотів у замкнутому циклі виробництва [5].

Роль і значення оборонної промисловості визначаються не тільки її основною метою – створенням (розробкою та виробництвом) озброєння та військової техніки для оснащення Збройних Сил та інших військових формувань, а й забезпеченням поставок на світовий ринок військової продукції у військово-технічному співробітництві з іноземними країнами.

Отже, на даний час в Україні відновлено замкнені цикли виробництва основного асортименту військової техніки у виробництві бронетехніки, авіаційних ракет, радіолокаційних систем, автоматизованих систем, інженерного, навігаційного та контрольного обладнання з вирішенням певних геополітичних проблем.

### **Список використаних джерел**

1. Бадрак В. Як змінився оборонний потенціал України за 5 років війни: здобутки і виклики. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29678050.html> (дата звернення: 22.11.2020).
2. Офіційний сайт Державна акціонерна холдингова компанія «Артем». URL: <http://www.artem.ua> (дата звернення: 22.11.2020).
3. Офіційний сайт Державне підприємство «Київський бронетанковий завод» (ДП КБТЗ). URL: <http://kbtz.com.ua> (дата звернення: 22.11.2020).
4. Офіційний сайт ДК «Укроборонпром» URL: <https://ukroboronprom.com.ua/uk> (дата звернення: 22.11.2020).
5. Офіційний сайт ПАТ «Мотор-Січ» URL: <http://www.motorsich.com/ukr> (дата звернення: 22.11.2020).
6. Проект Закону України «Про створення та виробництво озброєння, військової і спеціальної техніки» № 7389. Поданий КМУ до ВРУ від 12.12.2017. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?pf3516=7389&skl=9](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=7389&skl=9) (дата звернення: 22.11.2020).
7. Харук А. І. Авіаційна промисловість України як складова військово-промислового комплексу у 1910-ті - 1980-ті роки: автореф. дис. д-ра іст. наук: 20.02.22 / Нац. ун-т "Львів. політехніка". Л., 2011. 32 с.

**Мигович М.**

*магістрантка II курсу*

*спеціальності 106 Географія*

*Науковий керівник – доц. Поплавська І. В.*

## **ГЕОГРАФІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

**Вступ.** Готельно-ресторанне господарство певної території формується сукупністю підприємців, які покликані надавати послуги

розміщення і харчування. Вони формують важливий сегмент інфраструктури території і туристичного комплексу зокрема. Туристичні послуги, зокрема в межах готельно-ресторанного обслуговування, належать до соціально-культурних послуг. Вони створюються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їхню роль у розвитку туризму, а також зумовлює необхідність професійної підготовки кадрів для туристичного і готельно-ресторанного сервісу. Для успішного вирішення комплексу завдань з обслуговування гостей, управління закладами, збереженням міцних конкурентних позицій необхідно оволодіти професійними знаннями і постійно їх вдосконалювати.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивчення готельно-ресторанного господарства представлено в працях Х. Роглева, О. Любіцевої, І. Поплавської, О. Головка. Туристична інфраструктура, складовою якої є готельно-ресторанне господарство, знайшли своє відображення в працях І. Єрко, А. Кузишина, М. Рутинського, Ю. Зінька. В межах Закарпаття дослідження готельно-ресторанного господарства проводили в останні роки І. Прокопеч, О. Головка, О. Маслиган, І. Тіхомірова, Т. Лужанська.

**Виклад основного матеріалу.** Для Закарпатської області, враховуючи її природнорекреаційний, історико-культурний потенціал та традиційну гостинність місцевого населення, розвиток готельно-ресторанного бізнесу відіграє винятково важливе значення. Готельно-ресторанний бізнес, що є складним багатофункціональним видом діяльності, повинен стати ваговим фактором економічного зростання області та покращення матеріального добробуту населення, сприяти подоланню територіальної диспропорції в рівні економічного розвитку, розвитку підприємництва в даному сегменті, додатковим надходженням як до місцевого, так і державного бюджетів, виступати джерелом створення нових робочих місць, а також створювати сприятливий туристичний імідж області.

В зв'язку з подіями на Сході України, анексією Криму Закарпаття є одним з найбільш привабливих і перспективних регіонів з точки зору розвитку туризму. Його унікальне прикордонне географічне розташування та багатий природно- і етнокультурно-ресурсний потенціал забезпечили визнання найбільш перспективної рекреаційної зони Європи з можливістю цілорічного (позасезонного) обслуговування туристів. Межування на західному кордоні України з чотирма центральноєвропейськими державами – Польщею, Словаччиною, Угорщиною і Румунією, – сприяє розвитку недорогого (особливо для мешканців країн Євросоюзу) відпочинку, а переважання сільського населення краю (70%) успішно демонструє розвиток одного із секторів розвитку туристичної галузі – сільського

зеленого туризму. Для отримання максимальної користі від туризму, прикордонний регіон повинен розробляти регіональну туристичну політику, що базується на стратегічному плануванні та є одним із напрямів соціально-економічної політики.

У Закарпатській області у 2018 р. юридичними особами та фізичними особами було створено 228 таких підприємств (у 1,5 рази більше порівняно з попереднім роком), у тому числі 147 готелів, 66 туристичних баз, кемпінги, 12 мотелів, 2 хостели, 1 гуртожиток для приїжджих. За функціональною структурою підприємства, як і раніше, готелі є найпоширенішими. У 2018 р. у готелях та аналогічних засобах розміщення нараховувалося 4828 номерів, найбільшу частину з них (53,5% складали номери першої категорії, а номери вищої категорії 16,0% від загального номерного фонду).

Впродовж 2018 р. готельними послугами та аналогічних засобів розміщування скористалися 172,7 тис. мандрівників, що на 22,7% більше, ніж у попередньому році. Із них 149,5 тис. осіб – громадяни України, 23,2 тис. іноземці. Найбільше туристів зупинялося у містах Ужгород – 51,4 тис. осіб, або 29,8%, Берегово – 17,5 тис. осіб, або 10,1%, Хуст – 15,8 тис. осіб, або 9,1% та Мукачево – 13,4 тис. осіб, або 7,8% [8].

Готелями було організовано обслуговування 74,7% гостей від загальної чисельності розміщених в області, туристичними базами, студентськими таборами – 12,4%, мотелями – 9,3%, хостелами – 3,4%.

Загальна сума доходів від готелів та відповідних засобів розміщення у 2018 р. становила 102,9 млн грн, що у 1,5 рази більше порівняно з попереднім роком. 42% доходу надійшло від основної діяльності (продажу номерів), що становить 17,2% від надання інших послуг (табл. 1).

*Таблиця 1*

Основні показники роботи готелів та аналогічних засобів розміщування Закарпатської області, осіб

Показники	Роки						
	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування, од.	39	38	69	67	159	151	228
У них номерів, од.	1395	1462	2621	2512	3351	2983	4828
Одноразова місткість, місць	2839	3152	5554	5380	6936	6120	9693
Обслуговано приїжджих, тис. осіб	84,3	99,2	104,4	101,5	131,7	140,7	172,7
У т.ч. іноземців	93,2	34,5	15,3	17,5	22,3	26,2	23,2
Коефіцієнт використання місткості готелів та аналогічних засобів розміщування	0,19	0,34	0,17	0,15	0,14	0,14	0,15

*Джерело:* [8].

Мережа суб'єктів – юридичних осіб ресторанного господарства на початок 2019 р. нараховувала 324 об'єктів (кафе, бари, ресторани, їдальні, постачання готової їжі) на 16,3 тис. посадочних місць. У середньому на один об'єкт у ресторанному господарстві припадало 50 місць (при 51 – у попередньому році). Основна мережа ресторанів спеціалізується на кафе, закусточних, фуршетних та барах, їх питома вага у загальній чисельності об'єктів у 2018 р. становила 78,1% проти 77,3% у 2017 р. Порівняно з 2017 роком кількість ресторанів зменшилась на 76 одиниць, або на 19,0%, а кількість місць зменшилась на 4,0 тис., або 19,7%.

Серед міст та районів області більш за все об'єктів ресторанного господарства припадає на обласний центр Ужгород – 62 одиниці (19,1% від загальної кількості) та на Тячівський район – 39 одиниць (12%), а мінімальна кількість – на м. Чоп, відповідно 2 та 0,6%.

У порівнянні з 2017 роком товарообіг ресторанного господарства послабився на 9,5% і склав 93,8 мільйона гривень [8].

У 2018 р. частина продажів продукції приватного виробництва у роздрібному товарообігу ресторанного господарства становила 48,3%. Протягом останніх років розширилася мережа маленьких кафе та барів, які належать фізичним особам-підприємцям, де пропонується величезний вибір їжі закарпатської, угорської, словацької, румунської кухонь та напоїв, які зможуть задовольнити смаки найсуворіших гурманів.

Для підвищення функціонування готельно-ресторанного господарства Закарпатської області слід здійснити низку суттєвих змін. І. Прокопеч та О. Головка пропонують перелік проблем [5, с. 189-190]:

- застарілість матеріально-технічної бази підприємств;
- відсутність належного рівня сервісу та низька культура і якість послуг;
- недостатня професійна підготовка персоналу;
- слабка реклама наявних засобів розміщення та відсутність спеціалізованих готелів і ресторанів;
- недостатня державна підтримка;
- високий рівень податків;
- відсутність стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу на перспективу;
- незначні обсяги інвестицій;
- недостатня кількість кваліфікованих фахівців у галузі управління підприємствами готельно-ресторанного господарства та обслуговування;
- низький рівень конкуренції внаслідок відсутності корпоративних стандартів управління якістю готельних і ресторанных послуг.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності готелі та ресторани повинні постійно вводити інновації, щоб залишатись провідними у

своєму напрямку та бути на два кроки попереду конкурентів. Також потрібно заохочувати со-opetition (cooperation+competition: співпраця+конкуренція), адже готельно-ресторанний бізнес змушений конкурувати не лише в середині галузі, а й з фірмами готельного і ресторанного сервісу, фірмами, які пропонують послуги оренди житла та послуги харчування, гуртожитками, приватним сектором, але разом з тим він повинен тісно співпрацювати з ними. В більшості співпраця ведеться з туристичними фірмами, які бронюють місця для своїх клієнтів, передбачають харчування. У таких питаннях вони повинні діяти за одно як представники готельного і ресторанного бізнесу, водночас підтримуючи конкуренцію в середині галузі. Однією з найбільших проблем готельного та ресторанного бізнесу є відсутність реклами. Отже, потрібно запровадити агресивну рекламу на туристичних сайтах, в туристичних агенціях, що частково знизить зовнішню конкуренцію. Для реклами є вигідною підтримка різноманітних фестивалів, конкурсів. Агресивне рекламування готельно-ресторанного господарства Закарпаття як складової сфери туризму рекомендується впровадити в межах співпраці в напрямку, що дозволить суттєво знизити фіксовані витрати, розкидавши їх по всіх учасниках. Було б добре отримати державну підтримку готельно-ресторанного бізнесу, наприклад на кордоні видавати іноземцям проспекти з наявними готелями і ресторанами [5, с. 190].

**Висновки.** Для ефективного функціонування готельно-ресторанної сфери в Закарпатті сьогодні необхідна гнучка система державного стимулювання цієї галузі, відображена у розробленій нормативно-законодавчій базі. Водночас, необхідно збільшити кількість засобів розміщення різних категорій з чіткою диференціацією у спеціалізації пропонуванних послуг гостинності, вдосконалити управління готельно-ресторанними підприємствами в умовах динамічного соціально-економічного простору та розширення туристичної діяльності, покращити якість і культуру готельно-ресторанних послуг.

### Список використаних джерел

1. Газуда М.В., Ерфан В.Й., Газуда С.М. Особливості надання послуг у туристичній сфері регіону // Науковий вісник Ужгородського Ужгородського університету. Серія Економіка. 2014. Вип.1(42). С.261-265.
2. Кузишин А.В. Сучасний стан сформованості туристичної інфраструктури в Західноукраїнських областях // Наукові записки ТНПУ. Серія: Географія. – Тернопіль, 2011. – № 2. – С. 122-128.
3. Маслиган О.О., Тіхомірова І.С. Готельно-ресторанне обслуговування туристичного Закарпаття // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції» (м. Черкаси, 16-17 квітня 2020 р.). Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. 557 с. С.514-517.

4. Поплавська І.В. Суспільно-географічні основи дослідження готельного господарства // Географія, картографія, географічна освіта: історія, методологія, практика . Матеріали міжнародної науково-практичної конференції присвяченої 30-річчю відкриття кафедри географії України та регіоналістики і 80-річчю утворення Чернівецької області (м. Чернівці, 7-9 травня 2020). – Чернівці: Видавничо-поліграфічне підприємство «МІСТО», 2020. 325-329.
5. Прокопець І.І., Головка О.М. Сучасний стан та перспективи розвитку готельно-ресторанного господарства Закарпаття як складова сфери туризму // Науковий вісник Мукачівського державного університету Економічні науки. Журнал наукових праць №19(14). 2015. С. 187-195.
6. Pabian B., Kuzyshyn A., Pabian A ect. Hotel industry in Poland and Ukraine – selected aspects of functioning, management and development. Czestochowa: Publishing Office of Czestochowa University of Technology, 2019. 114 p.
7. Poplavska I. Methodological aspects of the analysis of the hotel management of Ukraine at the present stage // Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. 2016.– № 2 (4). – P. 114-116.
8. Офіційний веб-сайт Головного управління статистики у Закарпатській області.  
URL: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua/>.

**Мороз О.**

*магістрантка II курсу*

*спеціальності 106 Географія*

*Науковий керівник – доц. Кузишина А. В.*

## **ГЕОГРАФІЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРИБУТТІВ В МЕЖАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ**

**Вступ.** Унікальною рисою Європейського туристичного регіону є високий економічний потенціал та високий рівень доходів населення, що є передумовою для лідируючого місця в туристичній сфері за кількістю туристичних прибуттів та дохідністю від міжнародного туризму.

Дана проблематика розглядалася в дослідженні Н. Погуди, О. Розметова (2018), О. Короля (2019), К. Снігур (2019), А. Кузишина (2017, 2019, 2020).

**Виклад основного матеріалу.** Традиційно Європейський туристичний регіон є світовим лідером за показниками туристичних прибуттів та доходів, що, правда, з динамікою до повільно зниження частки в загальносвітовому показнику. Так, у 2000 р. на нього припадало 57,4% усіх туристичних прибуттів і 52,4% доходів. У 2009 р. на Європейський туристичний регіон припадало понад 52% всіх туристичних прибуттів і 48,5% туристичних доходів світу. На 2015 р. згадані тенденції збереглися – 51,2% туристичних прибуттів і 35,8% туристичних доходів. Аналізуючи зміну кількості туристичних прибуттів за період 1995-2015 рр. в Європейському туристичному