

ГЕОПРОСТОРОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗМІЩЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ МІСТА МУКАЧЕВО)

GEOSPATIAL MODELING OF THE ECONOMIC ATTRACTIVENESS OF THE ACCOMMODATION ENTERPRISES (USING THE EXAMPLE OF MUKACHEVO)

У статті розкрито теоретичні аспекти поняття сфери гостинності та економічної привабливості сфери гостинності. Обґрунтовано методичний підхід до оцінки підприємств розміщення на основі бенчмаркінгового підходу (на прикладі закладів м. Мукачево). Актуальність статті полягає у тому, що сьогодні відсутня методика оцінки економічної привабливості сфери гостинності та її складників, що є необхідним під час оцінки діяльності закладів цієї галузі як з позиції споживачів, так і з позиції інвесторів. Наукова новизна проведеного дослідження полягає у обґрунтуванні математичного інструментарію оцінки економічної привабливості закладів розміщення (на прикладі підприємств м. Мукачево) з використанням бенчмаркінгового підходу та у подальшому відображенні отриманих результатів на геопорталі. Зроблено висновок, що розроблена ГІС з відображеними показниками економічної привабливості підприємств розміщення допоможе у вирішенні завдань інформаційного забезпечення усіх суб'єктів туристичної галузі, а насамперед туристів, які планують свій відпочинок.

Ключові слова: економічна привабливість, сфера гостинності, бенчмаркінг, геоінформаційна система (ГІС), ГІС сфери гостинності.

В статье раскрыты теоретические аспекты понятия сферы гостеприимства

и экономической привлекательности сферы гостеприимства. Обоснован методический подход к оценке предприятий размещения на основе бенчмаркингового подхода (на примере учреждений г. Мукачево). Актуальность статьи заключается в том, что сегодня отсутствует методика оценки экономической привлекательности сферы гостеприимства и ее составляющих, необходимая при оценке деятельности учреждений данной отрасли как с позиции потребителей, так и с позиции инвесторов. Научная новизна проведенного исследования заключается в обосновании математического инструментария оценки экономической привлекательности средств размещения (на примере г. Мукачево) с использованием бенчмаркингового подхода и в дальнейшем отображении полученных результатов на геопортале. Сделан вывод, что разработанная ГИС с показателями экономической привлекательности предприятий размещения поможет в решении задач информационного обеспечения всех субъектов туристической отрасли, а в первую очередь туристов, которые планируют свой отдых. **Ключевые слова:** экономическая привлекательность, сфера гостеприимства, бенчмаркинг, геоинформационная система (ГИС), ГИС сферы гостеприимства.

УДК 332.145:640.41(477.87-21Мукачево)(045)

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct49-27>

Шитікова Т.В.

аспірант

Мукачівський державний університет

Мілашовська О.І.

д.е.н., професор кафедри
готельно-ресторанної справи

Мукачівський державний університет

Shytikova Tetiana

Mukachevo State University

Milashovska Olga

Mukachevo State University

The article reveals the theoretical aspects of the concept of «sphere of hospitality» and «economic attractiveness of the sphere of hospitality». Thus, the sphere of hospitality is a set of services related to accommodation, meals, transportation, organization of leisure for consumers of services, aimed at maximizing the satisfaction of their needs. The economic attractiveness of the sphere of hospitality is the ability of business structures whose activities are aimed at meeting the demand of customers – consumers of hotel, touristic, sightseeing, restaurant and other forms and types of business to ensure a high level of efficiency and effectiveness. The methodological approach to assessing the accommodation enterprises (using the example of Mukachevo) using a benchmarking approach has been substantiated. The relevance of the article resides in the fact that nowadays there is no method of assessing the economic attractiveness of accommodation enterprises, as part of the sphere of hospitality, which is necessary when assessing the activities of enterprises in this industry both from the standpoint of consumers and from the standpoint of investors. The scientific novelty of the research is to substantiate the mathematical tools for assessing the economic attractiveness of accommodation facilities using a benchmarking approach, with subsequent reflection of the results on the geoportal. GIS is recommended to be combined with the formation of regional hospitality development programs on a single methodological basis for collecting and analyzing information on performance indicators. This will help disseminate complete and truthful information about the economic attractiveness of the region and stimulate tourist attendance. The proposed GIS is economically feasible not only for accounting data on enterprises, but also for the adoption of a set of management and economic tasks for the development of hospitality. It is concluded that the developed GIS with reflected indicators of economic attractiveness of accommodation enterprises will help in solving the problems of information support of all subjects of the tourist industry, and first of all tourists who are planning their vacation.

Key words: economic attractiveness, sphere of hospitality, benchmarking, geographic information system (GIS), GIS of sphere of hospitality.

Постановка проблеми. Туристичні потоки формують основу для розвитку сфери гостинності регіону. Зростання обсягів внутрішнього та зовнішнього туризму, привабливість туристичної дестинації позитивно впливають на розвиток інших системних елементів сфери гостинності, таких як готельне господарство та розвиток засобів розміщення, розважального бізнесу тощо. Тому необхідним є вибір методичного підходу та математичного інструментарію, який би дав змогу здійснювати оцінку стану підприємств даної сфери та вказувати на їх сильні та слабкі сторони в роботі. Це дасть змогу підвищити рівень економічної привабливості галузі як для споживача, так і для інвестора.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням визначення привабливості туристичної сфери займалися багато вчених, такі як М.О. Омуш, С.П. Кузик, Дж. Кромптон, Дж. Гудріч, Я. Ху, Б. Річі, Е. Майо, Л. Джарвіс, С. Гірінг, В. Сворт та Т. Вар, Д. Крешич, Д. Пребезац, К. Помпурова, І. Шимочкова, А. Кальво-Мора та інші. Але дослідження, які би стосувалися оцінки економічної привабливості сфери гостинності, нині відсутні.

Геопросторовим аналізом та використанням геоінформаційних технологій у туристичній сфері займалися такі вчені, як О. Шершньова, С. Сонько, М. Умрик, Ю. Косенко, З. Кузик, Л. Руцька, І. Барліані, А. Пушкін, Є. Вишневіська, І. Богомазова та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є оцінка економічної привабливості підприємств розміщення на прикладі закладів м. Мукачево з подальшим відображенням їх на геопорталі.

Виклад основного матеріалу дослідження. З погляду розвитку підприємств сфери гостинності Закарпатська область є одним із найбільш перспективних регіонів України. Унікальне територіальне розташування, розвинена транспортна інфраструктура, своєрідні природно-рекреаційні ресурси, наявна туристична база – все це формує потужний потенціал для розвитку сфери гостинності, робить її привабливою для інвесторів і споживачів послуг.

Проаналізувавши генезис розвитку та оцінку складових сфери гостинності [1; 2] нами пропонується таке визначення поняття «сфера гостинності» – це сукупність послуг, пов'язаних з розміщенням, харчуванням, транспортуванням, організацією дозвілля споживачів послуг, спрямовану на максимальне задоволення їх потреб.

Економічна привабливість сфери гостинності – це здатність підприємницьких структур, діяльність яких спрямована на задоволення попиту клієнтів – споживачів послуг готельного, туристичного, екскурсійного, ресторанного та інших форм і видів бізнесу забезпечувати високий рівень результативності та ефективності діяльності.

На основі проведеного порівняльного аналізу економічної привабливості сфери гостинності Карпатського регіону [3], можна згідно описаної методики бенчмаркінгового підходу до визначення економічної привабливості таким же чином оцінити і підприємства сфери гостинності (на прикладі підприємств розміщення) міста Мукачева, аби наступним етапом візуально показати методику відображення даних на геоінформаційному порталі.

Готельні підприємства для дослідження обрані з огляду на їх розташування, тобто виходячи з умови, що вони повинні бути розташовані в різних районах міста аби показати можливість вибору залежно від заданих критеріїв оцінки.

На першому етапі зібрані оцінки користувачів (на основі даних взятих з сайту Booking [4]) по обраним 19 закладам розміщення. Таким чином, відображені оцінки за такими показниками якості (табл. 1):

- «персонал» $Я_1$
- «зручності» $Я_2$
- «чистота» $Я_3$
- «комфорт» $Я_4$
- «розташування» $Я_5$

Враховуючи вихідні умови та вибраний методичний підхід, згідно з інтегральним бенчмаркінговим підходом було проведено оцінку економічної привабливості готельних підприємств. Таким чином, на першому етапі визначено нормовані критерії у межах окремих груп показників за формулами максимальних відстаней.

– для показників, максимальне значення яких є перевагою для суб'єкта оцінювання:

$$\bar{n}_{ir} = \frac{n_{ir}}{n_{max}} \times 10 \quad (1)$$

– для показників, мінімальне значення яких є перевагою для суб'єкта оцінювання:

$$\bar{n}_{ir} = \frac{n_{min}}{n_{ir}} \times 10 \quad (2)$$

де \bar{n}_{ir} – нормований одиничний критерій оцінки економічної привабливості сфери гостинності i -го регіону;

n_{ir} – значення i -го критерію у регіоні;

$n_{max}(n_{min})$ – максимальне (мінімальне) значення критерію, досягнуте у регіонах порівняної сукупності.

Результати обчислень за наведеними формулами дозволять визначити стан окремих індикаторів привабливості порівняно з найкращими досягненнями у межах порівнюваної сукупності за аналізований період.

2) Визначення нормованих показників економічної привабливості із врахуванням значущості кожного критерію відповідно до індивідуальних переваг чи мети оцінки за формулою:

$$\bar{N}_{ir} = \sum_{i=1}^n \bar{n}_{ir} \times k_{n_i} \quad (3)$$

де \bar{N}_{ir} – нормований зважений показник економічної привабливості сфери гостинності i -го регіону;

k_{n_i} – коефіцієнт значущості (індивідуальної переваги) критерію ($\sum k_{n_i} = 1$).

Коефіцієнт значущості визначається у залежності від індивідуальних переваг або мети оцінювання. Для спрощення процесу апробації запропонованої методики, коефіцієнт значущості обирався на основі середнього значення за формулою:

$$k_{n_i} = \frac{1}{n} \quad (4)$$

де n – кількість критеріїв (показників) оцінки.

Використовуючи формули 1–2, розраховано нормовані критерії оцінки привабливості сфер гостинності. Результати обчислень наведені в таблиці 1.

Наведені у таблиці бали характеризують стан певного критерію серед готелів у порівнянні із кращими результатами серед закладів розміщення. Результати розрахунків показали, що лідируючі позиції майже за всіма показниками (10 балів) займає міні-готель «У Гуцула» (згідно показників «персонал», «зручності», «чистота»). За критерієм «комфорт» лідером є готель «Марічка», а за критерієм «розташування» – «Вишневий сад».

Наступним етапом було проведено розрахунок витрат споживачів. Для цього було обрано такі показники:

1. Вартість проживання, v_1
2. Вартість кави, v_2
3. Вартість комплексного обіду, v_3

Стосовно ціни проживання, то для оцінки було вибрано двомісний номер категорії стандарт. Цінова політика закладів наведена в таблиці 2.

Таблиця 1

Показники якості та розраховані нормовані критерії якості підприємств розміщення

№	Назва готелю	персонал, Я ₁	зручності, Я ₂	чистота, Я ₃	комфорт, Я ₄	розташування, Я ₅	Нормовані критерії якості готелів				
							персонал	зручності	чистота	комфорт	розташування
1	Готель "Леонард"	9,1	8,9	9,2	8,9	8,5	9,5	10,0	9,7	9,8	8,5
2	Hotel Star	8,7	8,1	8,5	8,1	9,5	9,1	9,1	8,9	8,9	9,5
3	Bolero plus	9,3	8,9	9,3	8,8	8,5	9,7	10,0	9,8	9,7	8,5
4	Ferdinand	8,9	8,7	9,2	8,9	8,8	9,3	9,8	9,7	9,8	8,8
5	Velure	9	8,5	9	8,4	8,7	9,4	9,6	9,5	9,2	8,7
6	Тонал	8,6	8	8,7	7,7	8	9,0	9,0	9,2	8,5	8,0
7	У Гуцула	9,6	8,9	9,5	8,9	8,8	10,0	10,0	10,0	9,8	8,8
8	Ніколет	7,2	5,8	6,3	5,8	7,8	7,5	6,5	6,6	6,4	7,8
9	Готель «Вишневий Сад»	9,2	7,8	7,8	7,5	10	9,6	8,8	8,2	8,2	10,0
10	Магнат	8,4	7,7	8,2	7,8	8,2	8,8	8,7	8,6	8,6	8,2
11	Червона Гора	7,9	6,8	7,4	6,8	7,5	8,2	7,6	7,8	7,5	7,5
12	Kontinent Hotel	7,1	6,9	7,1	7	6,4	7,4	7,8	7,5	7,7	6,4
13	Даніель	7,4	6,4	6,7	6,6	8,2	7,7	7,2	7,1	7,3	8,2
14	Apollo	7,8	6,5	6,9	6,7	7,5	8,1	7,3	7,3	7,4	7,5
15	L&M	8,6	7,2	7,9	7,6	8,1	9,0	8,1	8,3	8,4	8,1
16	Готель Марічка	8,6	8,4	9,1	9,1	9,5	9,0	9,4	9,6	10,0	9,5
17	Готель "Паланок"	8	6,9	7	6,7	7,5	8,3	7,8	7,4	7,4	7,5
18	Отель Ametist	8,3	6,3	6,7	6,7	7,1	8,6	7,1	7,1	7,4	7,1
19	Фермерський дім "Ранчо у Віктора"	7,6	7,4	7,8	7,4	7,3	7,9	8,3	8,2	8,1	7,3

Джерело: систематизовано та розраховано автором на основі даних [4]

Таблиця 2

Показники витрат та розраховані нормовані критерії витрат споживачів у розрізі готелів

№	Назва	Вартість проживання, в1	Вартість кави, в2	Вартість комплексного обіду, в3	Нормовані критерії витрат споживачів		
					Вартість проживання, в1	Вартість кави, в2	Вартість комплексного обіду, в3
1	готель "Леонард"	750	20	150	7,3	7,5	4,7
2	Hotel Star	1190	20	200	4,6	7,5	3,5
3	Bolero plus	700	17	70	7,9	8,8	10
4	Ferdinand	1250	17	300	4,4	8,8	2,3
5	Velure	900	25	100	6,1	6	7
6	Тонал	600	17	100	9,2	8,8	7
7	У Гуцула	800	17	100	6,9	8,8	7
8	Ніколет	550	20	100	10	7,5	7
9	Готель «Вишневий Сад»	740	24	89	7,4	6,3	7,9
10	Магнат	1000	20	165	5,5	7,5	4,2
11	Червона Гора	750	20	120	7,3	7,5	5,8
12	Kontinent Hotel	550	15	150	10	10	4,7
13	Даніель	650	20	100	8,5	7,5	7
14	Apollo	750	17	100	7,3	8,8	7
15	L&M	800	20	120	6,9	7,5	5,8
16	Готель Марічка	650	20	70	8,5	7,5	10
17	Готель "Паланок"	570	15	100	9,6	10	7
18	Отель Ametist	750	20	120	7,3	7,5	5,8
19	Фермерський дім "Ранчо у Віктора"	550	17	120	10	8,8	5,8

Джерело: систематизовано та розраховано автором згідно даних наданих підприємствами

За показником витрат споживачів лідируючі позиції займає готель Марічка, проте ці дані є не дуже об'єктивними, оскільки готель не має власної кухні і вартість комплексного обіду вказана у найближчому закладі харчування. За показником «вартість проживання» найвища оцінка (10 балів) належить «Ранчо у Віктора», «Kontinent» та «Ніколет».

Наступним етапом оцінки є визначення групових показників економічної привабливості готелів за напрямками: якість проживання (Я) та вартість проживання (В). Для цього знайдемо зважені бали одиничних критеріїв у межах кожного показника за формулами 3–4. При цьому результати розрахунків відображені у таблиці 3.

За результатами розрахунків, наведених у таблиці 3, можна побудувати профіль порівняльної економічної привабливості сфери гостинності кожного готелю, що дозволить визначити основні переваги та відповідні слабкі місця в системі управління та організації послуг а також удосконалити систему управління на підприємстві.

Використовуючи дані таблиці 3, обчислимо комплексний показник економічної привабливості закладів розміщення м. Мукачево, виходячи з гіпотези, що показники оцінювання мають рівну значимість для суб'єкта оцінювання (ваговий коефіцієнт = 0,5) за формулою:

$$EP = 0,5Я + 0,5В \quad (5)$$

За результатами розрахунків здійснено ранжування готелів за рівнем економічної привабливості (рис. 1).

Отже, згідно з проведеним бенчмаркінгом за рівнем економічної привабливості найвищі показники (вище 9 балів) має готель «Марічка» та Bolero plus. А найнижчі (нижче 7 балів) мають Ferdinand, Star та Магнат. Для покращення їхніх позицій варто звернути увагу насамперед на слабкі сторони, а в їх випадку – на зміну цінової політики. Так як саме інтегрований показник «витрати споживачів» значно зменшив їх позиції в рейтингу, адже за якістю послуг вони не займають останні позиції.

Для геопросторового відображення отриманих результатів розроблено геопортал (назва «Заклади розміщення м. Мукачево»), на якому розміщені заклади підприємств розміщення з відповідною інформацією, що дозволяє здійснити пошук, ознайомлення та відбір необхідних даних. При створенні туристичного геопорталу було використано програмні комплекси ArcGIS.

Розроблена ГІС дозволяє оперувати наявними даними і відбирати за допомогою певного заданого критерію заклади, які найбільше задовольняють користувача. Так, наприклад, є можливість побудувати 5-хвилинну зону доступності від обраного закладу розміщення, яка включає в себе

Таблиця 3

Зважені нормовані показники економічної привабливості готелів

№	Назва	Показники якості послуг, Я					Інтегрований показник, Я	Показники вартості послуг, В			Інтегрований показник, В
		я1	я2	я3	я4	я5		в1	в2	в3	
		ваговий коефіцієнт k						k			
		0,2	0,2	0,2	0,2	0,2		0,5	0,1	0,4	
1	готель "Леонард"	1,9	2,0	1,9	2,0	1,7	9,5	3,7	0,8	1,9	6,3
2	Hotel Star	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9	9,1	2,3	0,8	1,4	4,5
3	Bolero plus	1,9	2,0	2,0	1,9	1,7	9,5	3,9	0,9	4,0	8,8
4	Ferdinand	1,9	2,0	1,9	2,0	1,8	9,5	2,2	0,9	0,9	4,0
5	Velure	1,9	1,9	1,9	1,8	1,7	9,3	3,1	0,6	2,8	6,5
6	Тонал	1,8	1,8	1,8	1,7	1,6	8,7	4,6	0,9	2,8	8,3
7	У Гуцула	2,0	2,0	2,0	2,0	1,8	9,7	3,4	0,9	2,8	7,1
8	Ніколет	1,5	1,3	1,3	1,3	1,6	7,0	5	0,8	2,8	8,6
9	Готель «Вишневий Сад»	1,9	1,8	1,6	1,6	2,0	9,0	3,7	0,6	3,1	7,5
10	Магнат	1,8	1,7	1,7	1,7	1,6	8,6	2,8	0,8	1,7	5,2
11	Червона Гора	1,6	1,5	1,6	1,5	1,5	7,7	3,7	0,8	2,3	6,8
12	Kontinent Hotel	1,5	1,6	1,5	1,5	1,3	7,3	5	1	1,9	7,9
13	Даніель	1,5	1,4	1,4	1,5	1,6	7,5	4,2	0,8	2,8	7,8
14	Apollon	1,6	1,5	1,5	1,5	1,5	7,5	3,7	0,9	2,8	7,3
15	L&M	1,8	1,6	1,7	1,7	1,6	8,4	3,4	0,8	2,3	6,5
16	Готель Марічка	1,8	1,9	1,9	2,0	1,9	9,5	4,2	0,8	4,0	9,0
17	Готель "Паланок"	1,7	1,6	1,5	1,5	1,5	7,7	4,8	1	2,8	8,6
18	Отель Ametist	1,7	1,4	1,4	1,5	1,4	7,4	3,7	0,8	2,3	6,8
19	Фермерський дім "Ранчо у Віктора"	1,6	1,7	1,6	1,6	1,5	8,0	5	0,9	2,3	8,2

Джерело: розраховано автором

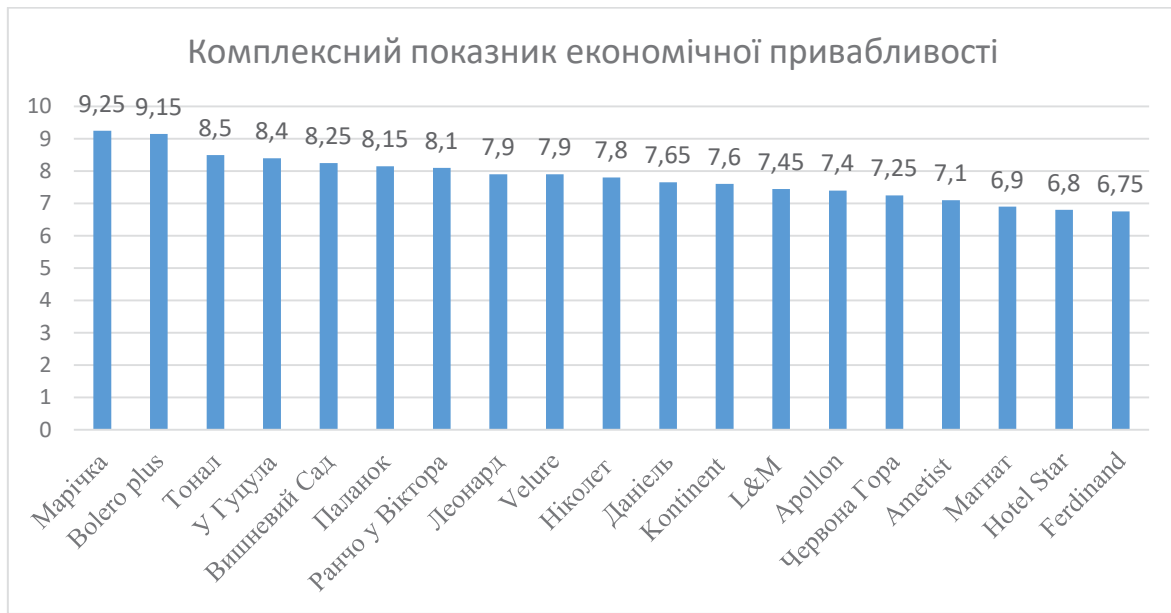


Рис. 1. Рейтинг обраних готелів м.Мукачево за рівнем економічної привабливості

вулиці та пам'ятки, що знаходяться в межах 5 хвилин пішки. Це дає можливість туристам похилого віку або людям з проблемами з пересуванням максимально планувати свій відпочинок (рис. 2).

Всі проведені розрахунки відображені у довідці до кожного закладу на карті, яку користувач може переглянути, виділивши його (рис. 3). Всю інформацію про готель можна отримати за допомогою кліку на геоточні закладу.

Для зручнішого індивідуального відображення інформації є можливість зміни базової карти (рис. 4).

Таким же чином, якщо користувач, а в нашому разі турист, хоче визначитися з місцем

зупинки і подивитися, що розташовано ближче до обраної пам'ятки, він може поставити геомітку на відповідне місце, зорієнтуватися, що знаходиться в 1–5 кілометровій доступності звідти, і шляхом кліку «витягнути» необхідну інформацію (рис. 5).

У розробленому геопорталі є можливість фільтру закладів за всіма наведеними показниками. Так, наприклад, під час вибору закладу можна поставити фільтр вартості, що передбачає вивід на екран лише тих закладів, вартість яких дорівнює або менша за 600 грн. Візуально цю операцію представлено на рис. 6.

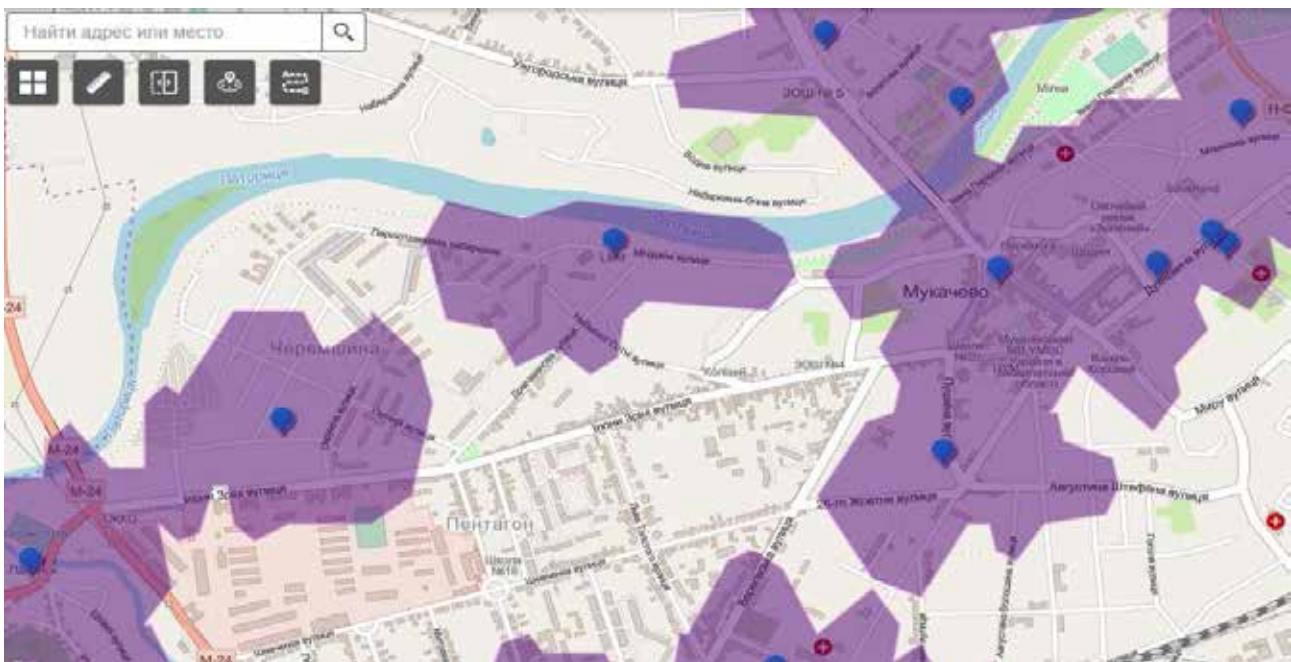


Рис. 2. Результат мережевого аналізу 5-хвилинної пішої доступності від закладів розміщення

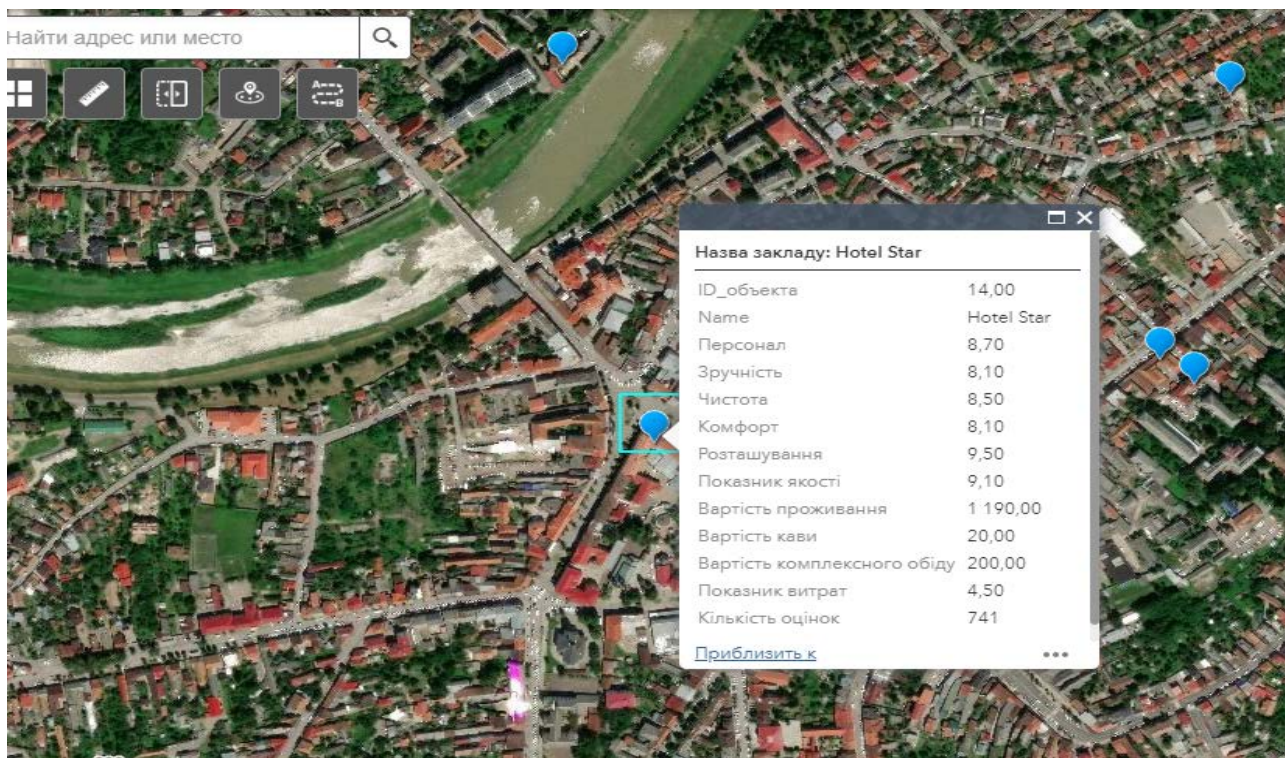


Рис. 3. Довідка про заклад Hotel Star

Висновки з проведеного дослідження. Запропоновано математичний інструментарій оцінки економічної привабливості підприємств розміщення з використанням бенчмаркінгового

підходу, що дозволяє здійснювати порівняльний аналіз регіонів, територій та окремих підприємств в порівнянні з еталоном. Створено геопортал м. Мукачєво з нанесенням отриманих результатів



Рис. 4. Базові карти відображення інформації

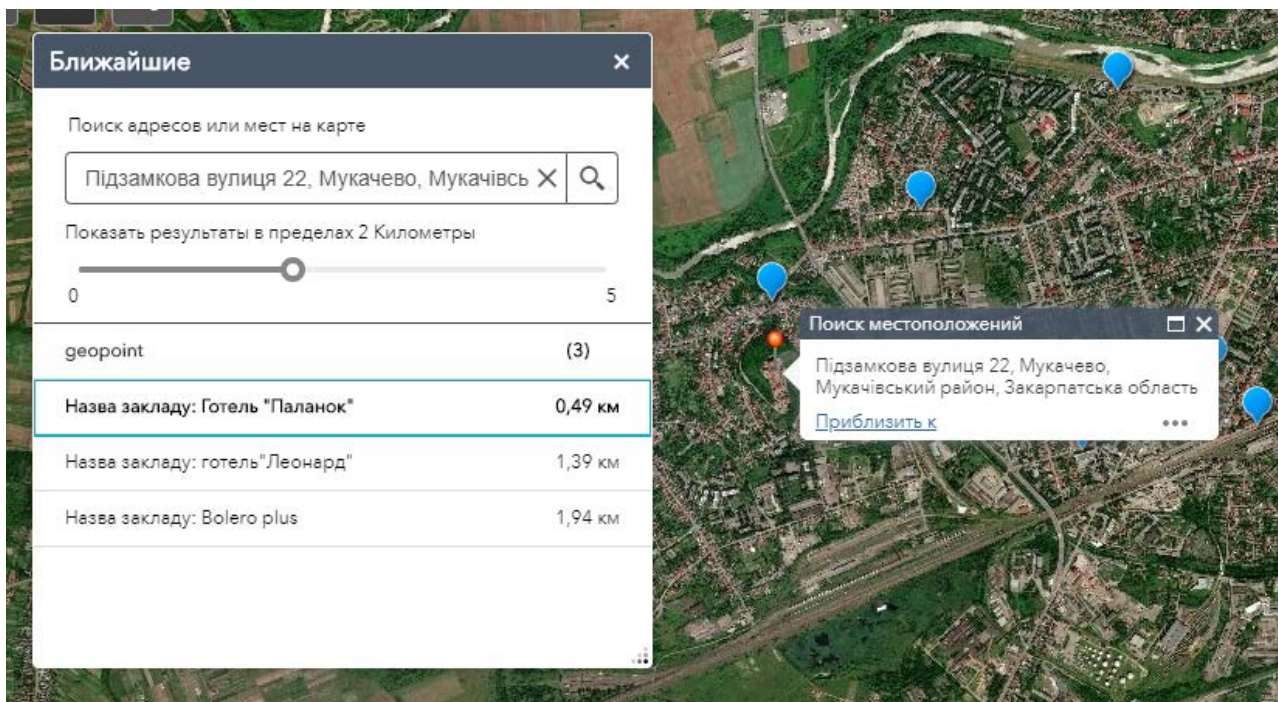


Рис. 5. Двокілометрова доступність від точки «Замкова гора»

Name	Personal	Удобства	Чистота	Комфорт	Расположен	Интегральн	Вартість_п
Kontinent Hotel	7,10	6,90	7,10	7,00	6,40	7,30	550,00
Фермерский дом "Ранчо у Віктора"	7,60	7,40	7,80	7,40	7,30	8,00	550,00
Готель	8,00	6,90	7,00	6,70	7,50	7,70	570,00

Рис. 6. Заклади, вартість яких дорівнює або більше 600 грн.

розрахунків економічної привабливості підприємств розміщення.

Інформаційно-довідкова ГІС може стати новітнім бізнес-інструментом, що допоможе отримати нових клієнтів та залучати інвестиції в проблемні зони міста. Вона вирішує завдання інформаційного забезпечення усіх суб'єктів туристичної галузі, а в першу чергу туристів, які планують свій відпочинок.

Таким чином, ГІС рекомендовано поєднувати з формуванням регіональних програм розвитку сфери гостинності на єдиній методичній основі збору та аналізу інформації про показ-

ники діяльності. Цим вона сприятиме поширенню повної та правдивої інформації про економічну привабливість регіону та стимулювати відвідуваність туристами. ГІС сфери гостинності допоможе контролюючим органам та підприємствам сфери гостинності визначати проблемні місця в їхній діяльності та створить конкурентні переваги перед «продавцями» аналогічних послуг. Запропонована геосистема є економічно доцільною не лише для ведення обліку даних про підприємства, але і для прийняття комплексу управлінських та господарських завдань із розвитку сфери гостинності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шитікова Т.В., Мілашовська О.І. Генезис розвитку та оцінка сфери гостинності. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*. 2017. № 2(8). С. 37–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2017_2_7 (дата звернення: 19.04.2020).
2. Шитікова Т.В. Зарубіжний досвід визначення привабливості сфери туризму в іноземних країнах. *Бізнес Інформ*. 2018. № 10. С. 82–87. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_10_14 (дата звернення: 20.04.2020).
3. Shytikova T.V. Comparative analysis of the economic attractiveness of the sphere of hospitality in the carpathian region. *Sciences of Europe*. 2020. Vol. 3. № 52. P. 35–43.
4. Помешкання. Booking.com. URL: <https://www.booking.com/> (дата звернення: 19.04.2020).

REFERENCES:

1. Shytikova, T.V. and Milashovs'ka, O.I. (2017) Henezys rozvytku ta otsinka sfery hostynnosti [Genesis of development and assessment of hospitality]. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Economics Series*, no. 2(8), pp. 37–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2017_2_7 (accessed 19 April 2020).
2. Shytikova, T.V. (2018) Zarubizhnyy dosvid vyznachennya pryvablyvosti sfery turyzmu v inozemnykh krayinakh [Foreign experience in determining the attractiveness of tourism in foreign countries]. *Business Inform*, [online], no. 10, pp. 82–87. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_10_14. (accessed 20 April 2020).
3. Shytikova, T.V. (2020) Comparative analysis of the economic attractiveness of the sphere of hospitality in the Carpathian region. *Sciences of Europe*, vol. 3, no. 52, pp. 35–43.
4. Pomeskannya [Apartment]. Available at: <https://www.booking.com/> (accessed 19 April 2020).