

Управління підприємством в сучасних умовах має бути ризикоорієнтованим, що сприятиме уникненню кризових явищ в умовах невизначеності ринкового середовища та забезпеченню економічної безпеки підприємства в цілому. Сукупність ризиків, які супроводжують діяльність суб'єкта господарювання, потребують використання відповідного інструментарію на основі сукупності методів, що дозволить якісно їх ідентифікувати, оцінити рівень та обсяг можливих загроз подальшому розвитку підприємства, а також врахувати результати такого дослідження при прийнятті управлінських рішень.

Список використаних джерел: 1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 №436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#n316>. 2. Економічний ризик: методи оцінки та управління : навч. посіб. / під заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. А. Васильєвої, канд. екон. наук Я. М. Кривич. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 208 с. 3. Калініченко З. Д. Ризик-менеджмент: навч. посіб. для здоб. спец. 051 «Економіка» та 073 «Менеджмент». Дніпро: ДДУВС, 2021. 224 с. 4. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України від 05.04.2007 № 877-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text>. 5. Стешенко О. Д. Ризикологія: навч. посіб. Харків: УкрДУЗТ, 2019. 180 с. 6. Кравченко М. О., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Управління ризиками: навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент» (електронні текстові дані) / КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 432 с.

УДК 330:330.3

Левицька О. М., канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління та експертизи товарів Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Ключові слова: готель, рівень обслуговування, готельні послуги.

Готель у широкому змісті – це будинок з мебльованими кімнатами для короткотермінового проживання. Готель призначений для тимчасового проживання терміном до 45 діб незалежно від місця постійного проживання і прописки. Проживання понад вказаний термін здійснюється тільки з дозволу адміністрації готелю. Готелі, що здійснюють туристичну діяльність, передбачену їх статутами чи положеннями, повинні отримати спеціальний дозвіл (ліцензію) на право надання туристичних послуг.

Готельному господарству в Україні завжди надавалась значна увага. У 80-ті роки за обслуговуванням проживаючих у готелях республіка займала одне з провідних місць в країні та конкурувала з деякими країнами Європи.

На початку 2000-х. в Україні нараховувався 1201 готель, в тому числі 752 комунальних і 499 відомчих – всього на 78,8 тисяч місць. Для обслуговування туристів використовується біля 1400 готелів, мотелів, кемпінгів та інших підприємств різних форм власності. Їх одночасна місткість становить 113,8 тисяч ліжко-місць. Серед них готелі складають 69 %, мотелі – 1,1 %, кемпінги – 0,7 %, гуртожитки – 27,8 %. У цілях спортивно-оздоровчого туризму використовується біля 3,5 тисяч санаторно-лікувальних закладів. В той же час (для порівняння) місткість готелів та інших засобів розміщення становить: у Франції – 1,2 млн. ліжко-місць, Іспанії – 1,1 млн., Німеччині – 1,5 млн., Італії – 1,8 млн., Росії – 400 тис., Китаї – 1,4 млн. ліжко місць.

Економічна практика господарювання в Україні виявила невідповідність галузей туризму та готельного господарства зокрема до ефективного функціонування в умовах ринкового середовища. На основі даних Мінстату України, у період з 2002 по 2007 рр. чисельність підприємств готельного господарства України скоротилась на 16,9 %, що призвело до скорочення одноразової місткості на 23,9 %

За відношенням до відомчої підпорядкованості готелі України поділяються на:

- 1) підпорядковані міським органам самоуправління – 38,0 %;
- 2) підпорядковані міністерствам і відомствам України – 55,5 %;
- 3) приватні – 0,7 %;
- 4) орендовані – 5,7 %.

Таким чином, основна кількість засобів розміщення знаходиться у державній власності. Особливо слід зазначити, що декілька готелів в Україні функціонують на основі спільного з іноземними інвестиціями капіталу.

Значну увагу необхідно звернути на стан основних фондів підприємств готельного господарства. Більшість з них з естетичної точки зору не має архітектурної цінності. Особливо це стосується підприємств, які побудовані в 60-80 рр., коли головними принципами були швидкість і масштабність при невисокій комфортності. Аналіз розвитку матеріально-технічної бази засобів розміщення в Україні показав, що спостерігається тенденція абсолютного зменшення кількості готелів. Таке положення пояснюється, в першу чергу, збитковістю деяких готелів, що привело до банкрутства і подальшої їх самоліквідації, переспеціалізації або використання не за призначенням.

Про рівень обслуговування підприємств готельного господарства з певною часткою точності можна судити за наявністю та питомістю вазі місць, призначених для розміщення іноземних громадян [1]. В Україні, за інформацією Держкомтуризму, приймати іноземних туристів можуть лише близько 300 готелів (на 85 тис. місць) усіх форм власності. Проте у перерахунку на душу населення це в 30-70 разів менше, ніж у країнах Західної Європи.

Цифри свідчать про те, що вітчизняні готелі, поки що не можуть довести номерний фонд до єдиних міжнародних вимог. Це пояснюється такими причинами:

- 1) різницею в національних особливостях готельного сервісу в Україні та за кордоном, що визначає вимоги гостей до рівня пропонованих послуг;
- 2) незначним потоком туристів із-за кордону;
- 3) різним рівнем платоспроможності вітчизняних і зарубіжних громадян, що відображається на попиті на різні категорії готелів;
- 4) труднощами, пов'язаними з кількістю фінансових ресурсів в умовах кризового стану економіки.

За результатами проведеного аналізу у питанні розвитку готельного бізнесу в Україні виявлено, що в цьому процесі гальмування відбувається за рахунок впливу ряду обставин об'єктивного та суб'єктивного характеру[2]. Перш за все, це залежність розвитку готельного господарства від впливу факторів зовнішнього середовища, по-друге, це недостатня кількість сучасних готельних підприємств, недосконала матеріально-технічна база, низький рівень сервісу тощо.

Частка готельного господарства України у ВВП за 2002-2005 рр. зросла у 8 разів. Враховуючи соціальну важливість готельної індустрії, уряд України в останні роки приймає ряд програм, спрямованих на її подальший розвиток. Так, програмою розвитку туризму в Україні до 2010 року передбачено будівництво 78 нових готелів і інших об'єктів на 15,7 тис. місць, а також проведення реконструкції 61 об'єкта на 21,5 тис. місць. До 2010 року в м. Київ заплановано будівництво п'яти п'ятизіркових готелів, двадцяти чотиризіркових, сорока тризіркових. Про активну діяльність України свідчить факт прийняття готельного комплексу «Дніпро» (м. Київ) у члени Ділової ради Всесвітньої туристичної організації.

У 1990 р. створена Асоціація готельних об'єднань міст України, у складі якої сьогодні нараховується понад 100 підприємств. Основна мета Асоціації – сумісна діяльність з вирішення завдань, які стоять перед вітчизняною готельною індустрією.

За думкою професіоналів міжнародного готельного бізнесу для подальшого розвитку його в Україні необхідно прийняти наступні рішення:

- передати контроль над готелями приватним компаніям;
- розробити правила ведення даної діяльності з урахуванням простої та справедливої системи оподаткування та рекомендацій ВТО;
- знизити ПДВ у складі вартості за проживання для створення фінансових умов щодо оновлення матеріально-технічної бази готелів;
- створити умови для системи спеціальних тарифів на оплату енергії та води, як для великого споживача;

- затвердити закон, який передбачав би усунення віз для осіб, що перебувають в країні менше 90 днів тощо [15].

Виходячи з викладеного можна зазначити, що для підтримки позитивних тенденцій розвитку готельного бізнесу в Україні необхідно удосконалити нормативно-правове поле та державну підтримку найприбутковішого та перспективного напрямку підприємницької діяльності в світі.

У всіх готелях передбачені 4 основні групи послуг: розміщення; харчування; дозвілля; побутове обслуговування.

Для надання даних послуг і замкненого циклу обслуговування туристів у готелі передбачені відповідні служби, кожна з яких виконує вузькоспеціалізовані функції.

Обслуговування в готелях здійснюється за такими класами: «V.J.P.» (особлива увага), «люкс-апартамент», «люкс», перший клас, туристичний клас, шкільний (здешевлений) клас і кемпінг. Можна використовувати змішані класи обслуговування, якщо це передбачено договором.

В цілому сучасний стан готельного бізнесу в Україні не відповідає міжнародним стандартам обслуговування та не підготовлений до функціонування в умовах ринкового середовища при наявності значної перспективи стимулювання його розвитку. Рівень конкуренції на ринку готельних послуг достатньо високий, а число конкуруючих підприємств значно перевищує аналогічний показник на товарному ринку, що є важливим при виборі стратегії й тактики діяльності готелю на ринку послуг.

Список використаних джерел: 1. Про програму розвитку туризму в Україні до 2005 року: Постанова КМУ № 702-970П від 28.06.1997 р. 2. Скибінський С. В., Іванова Л. О., Моргун О. Ф. Маркетинг готельних послуг. Львів: Вид-во Львів. комерційної академії, 2010. 246 с.

УДК 330:330.3

Левицька О. М., канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління та експертизи товарів Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

СУЧАСНИЙ АНАЛІЗ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

***Ключові слова:** показник, інженерне прогнозування, конкурентоспроможність, готельні послуги.*

В умовах ринкової конкуренції завжди важливо знати, наскільки послуга, що пропонується, відповідає рівню та характеру суспільних потреб.

Можливість реалізації послуг виявляється через їх конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність готельних послуг – завжди відносна величина, яка має значення лише у рамках процедури порівняння конкуруючих послуг.

В умовах товарного ринку найважливішим фактором конкурентоспроможності товару є ціна його споживання. У сфері послуг показник ціни споживання втрачає визначальне значення.

При оцінці конкурентоспроможності готельних послуг використовується обширна інформація про властивості та якості цих послуг. Форми вираження цієї інформації можуть бути різними.

Існують кількісні та якісні форми відображення інформації про послуги. Найбільш загальним поняттям для всіх видів кількісної інформації є поняття «показник». У поняття «показник» об'єднаний ряд інших способів відображення інформації: характеристика, індекс, коефіцієнт, бал, частка.

Поряд з кількісними показниками в маркетингу використовуються якісні показники. Для одержання наочної інформації та контролю іноді необхідно надати якісним характеристикам кількісну форму вираження. Для цієї мети використовуються бальні оцінки, одержані експертним методом.