

12. Тітаренко, О.М. Формування регіонального овочепродуктового підкомплексу в умовах переходу до ринкових відносин [Електронний ресурс] / О.М. Тітаренко. – Режим доступу : <<http://www.nbu.gov.ua/e-journals/nd/2006-1/06tomtme.html>>.

13. Яковенко, К. І. Овочівництво України на порозі ХХІ століття [Текст] / К. І. Яковенко // Вісник аграрної науки. – 2000. – № 8. – С. 21–24.

14. Криворучко, В. І. Розвиток овочівництва в Україні [Текст] / В. І. Криворучко // Економіка АПК. – 1999. – № 1. – С. 117–118.

15. Писаренко, В. В. Маркетинг овощной продукции (методические и практические аспекты): Разработка эффективной продуктовой политики [Электронный ресурс] / В. В. Писаренко. – Режим доступа : <[http://www.agromage.com/stat\\_id.php?id=384](http://www.agromage.com/stat_id.php?id=384)>.

16. Ромашенко, М. Стан та перспективи розвитку овочівництва відкритого ґрунту в Україні [Електронний ресурс] / М. І. Ромашенко, А. П. Шатковський. – Режим доступу: <<http://irrigation.org.ua/?p=22>>.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© Р.С. Близький, 2011.

УДК 640.43:65.014.1

**Н.М. Смольнякова**, доц.

**А.М. Волосов**, ст. викл.

## **ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНОГО ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

*Розглянуто основні тенденції формування, розвитку та ефективності використання економічного потенціалу підприємств готельного господарства України.*

*Рассмотрены основные тенденции формирования, развития и эффективности использования экономического потенциала предприятий гостиничного хозяйства Украины.*

*The basic tendencies of forming, development and efficiency of the use of economic potential of enterprises of hotel business in Ukraine are considered.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Економічна система будь-якої держави має певний сформований потенціал, який складається з багатьох елементів виробничого та невиробничого призначення. Зрозуміло, що з об'єктивних і суб'єктивних причин та чи інша держава реалізовує власний потенціал із різним ступенем ефективності, створює кращі або гірші умови для його формування та подаль-

шого розвитку. Управління потенціалом, в тому числі й економічним, здатне вивести певну країну на конкретний рівень міжнародної конкурентоспроможності. Недооцінка проблем управління економічним потенціалом, складності та своєчасності вжиття окремих (комплексних) заходів здатні зруйнувати набуті досягнення.

Готельне господарство є однією з багатьох складових невиробничої сфери економіки країни, яка не тільки робить вагомий внесок в економічні здобутки держави, а й формує її позитивний (негативний) імідж у світі. Воно може існувати й розвиватись тільки в тісній взаємодії з іншими інституціями ринкової економіки та держави: будівництвом, транспортом, туризмом, освітою, наукою, охороною здоров'я, торгівлею, фінансово-банківським сектором, агропромисловим комплексом, законодавством, органами влади тощо. Впливаючи на функціонування багатьох сфер суспільного життя, готельне господарство суттєво залежить як від міжнародних так, і національних чинників різного рівня впливу. Тобто формування й ефективність реалізації економічного потенціалу галузі залежить від умов і тенденцій навколишнього середовища. Для останнього притаманні складність, невизначеність і важка прогнозованість, які часто призводять до кризових явищ. Кризи відбиваються на всіх без винятку елементах економічної системи. Отже, доцільно розглянути стан і тенденції формування та реалізації економічного потенціалу галузі за сучасних умов.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам формування, використання й оцінки потенціалу економічних систем присвячені численні праці закордонних і вітчизняних науковців: О.Ф. Балацького, Б. Коласса, Н.С. Краснокутської, Є.В. Лапіна, О.Г. Мендрула, І.П. Отенко, Є. Попова та ін. Деякі аспекти функціонування готельного комплексу, у тому числі і його економічного потенціалу, досліджувались О.П. Дурович, М.І. Кабушкіним, В.І. Карсекіним, Ю.А. Маначинською, П.Р. Пуцентейло, А.Д. Чудновським та ін. На нашу думку, у наукових доробках згаданих авторів недостатньо висвітлені проблемні питання всебічної оцінки сучасного стану економічного потенціалу вітчизняного готельного господарства та можливих напрямів його розвитку.

**Мета та завдання статті.** Таким чином, метою даної статті є дослідження тенденцій формування та реалізації економічного потенціалу підприємств готельного господарства України у 2005-2009 рр. на основі принципів і методичних підходів до оцінки наявності та оцінки реалізації економічного потенціалу підприємства викладених у попередньому дослідженні [1].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Грунтуючись на методичних підходах до оцінки наявності економічного потенціалу підприємства (доходному, порівняльному, витратному) та оцінки його реалізації [1], ми вважаємо за можливе дослідити сучасні тенденції формування та реалізації економічного потенціалу галузі шляхом прямої оцінки, тобто на основі фактичних значень показників, які характеризують результати діяльності закладів гостинності.

Розгляд статистичної інформації [2; 4] за напрямками нашого дослідження за період 2005-2009 рр. наочно демонструють його стан (табл. 1). Кількість підприємств готельного типу щорічно зростала і збільшилась на 452 од., тобто на 36,7% по відношенню до 2005 р. Тенденція збільшення кількості підприємств була нерівномірною по роках досліджуваного періоду, а в останньому році темпи зростання істотно уповільнились, що пояснюється негативним впливом як на економіку країни в цілому, так і на галузь зокрема, загальної економічної кризи.

*Таблиця 1 – Показники стану економічного потенціалу підприємств готельного господарства України за 2005-2009 рр.*

<b>Показник</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
1	2	3	4	5	6
Кількість підприємств готельного типу, од.	1232	1269	1420	1595	1684
Індекси кількості підприємств, % до попереднього року	103,4	103,0	111,9	112,3	105,6
Кількість номерів, од.	51686	53645	62165	71580	76019
Індекси кількості номерів, % до попереднього року	103,9	103,8	115,9	115,1	106,2
Житлова площа всіх номерів, тис. м <sup>2</sup>	1072,4	1120,2	1313,6	1508,4	1624,6
Індекси житлової площі, % до попереднього року	105,9	104,5	117,3	114,8	107,7
Одноразова місткість, місць	106048	110669	135199	161955	174398
Індекси місткості, % до попереднього року	102,1	104,4	122,2	119,8	107,7
Середня кількість номерів в 1-му готелі, од.	42	42	44	45	45
Середня житлова площа 1-го номеру, м <sup>2</sup>	20,7	20,9	21,1	21,1	21,4
Середня кількість місць в 1-му готелі, місць	86	87	95	102	104

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6
Середня вартість активів, млн грн	7160,7	9686,1	10777,5	11316,9	11177,7
Індекси середньої вартості активів, % до попереднього року	109,8	135,3	111,3	105,0	98,8
Індекси інвестицій в основний капітал, % до попереднього року	107,8	68,4	168,1	92,1	84,8
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб,	126,1	138,4	142,6	143,6	139,6
Індекси кількості зайнятих працівників, % до попереднього року	99,8	109,8	103,0	100,7	97,2

Одним зі специфічних (галузевих) показників, якими характеризується потенціал готельного господарства, є кількість номерів у засобах розміщення туристів. Їх чисельність зросла з 2005 по 2009 рр. на 24,3 тис., тобто на 47,1%. Індекси щорічного зростання кількості номерів за своїми значеннями перевищували аналогічні темпи змінення кількості підприємств.

За офіційною класифікацією українських засобів розміщення існує наступний їх поділ за кількістю номерів: до 150 місць (до 100 номерів) – малої місткості; 150 – 400 (до 300 номерів) – середньої місткості; понад 400 (понад 300 номерів) – великої місткості [5]. Порівняння середньої кількості номерів, яка припадає на одне підприємство готельного типу, з класифікаційними вимогами показує, що практично всі вони можуть бути віднесені до категорії готелів малої місткості. Такий висновок відповідає дійсності, адже за даними джерела [2] частка великих підприємств в галузі в усі роки не перевищувала 0,1%, а середніх – 4,2...4,7%, тобто 95,2...95,7% суб'єктів господарювання дійсно були малими. За нашими розрахунками на 1-е підприємство готельного типу припадало від 42 (2005-2006 рр.) до 45 (2008-2009 рр.) номерів, а приріст становив – 7,1% за весь період.

За показником житлової площі всіх номерів, що були в розпорядженні підприємств галузі, також спостерігається позитивна динаміка зростання. Абсолютний приріст за досліджуваний період становив 552,2 тис. м<sup>2</sup>, а відносний – 51,5%. Але середня житлова площа 1-го номеру, хоча і збільшувалась в досліджуваному періоді, але неістотно (на 0,7 м<sup>2</sup>, тобто на 3,4%).

Ще одним галузевим оцінним показником наявного потенціалу готельного господарства є місткість номерного фонду – число місць, яке може бути запропоновано постояльцям одночасно [3]. За період 2005-2009 рр. одноразова місткість готельного господарства збільшилась на 68,35 тис. місць, тобто на 64,5%. Цей темп приросту є найвищим з усіх вищерозглянутих показників. На відміну від середньої житлової площі, яка припадає на одне підприємство, середня кількість місць в одному готелі змінювалась більш динамічно. Загальний абсолютний приріст цього показника склав 18 місць, а відносний – 20,9%.

Майновий підхід до оцінки наявності економічного потенціалу підприємств припускає оцінку за таким показником як середня за період вартість активів. Абсолютна її сума збільшилась на 4017,0 млн грн або на 56,1%. Слід зазначити, що лише до 2007 р. індекс середньої вартості мав високу позитивну динаміку, а починаючи з вказаного періоду набуває спадної тенденції. Більш того, в останньому році вартість активів зменшується на 1,2% до попереднього року.

Ще більш нестабільну динаміку демонструють індекси інвестицій в основний капітал суб'єктів господарювання галузі. Це пояснюється все ще низькою інвестиційною привабливістю даного сектора економіки, як для вітчизняного, так і для закордонного інвестора. Адже впродовж всіх років незалежності жоден з транснаціональних готельних ланцюгів не вийшов на український ринок.

Кількість зайнятих у готельному господарстві працівників за п'ять років збільшилась на 13,5 тис. осіб (10,7%). Збільшення чисельності працівників відбувалось до 2008 року включно (загалом на 17,5 тис. осіб), а в наслідок кризи наступного року змінилось скороченням на 4,0 тис. осіб.

Основні результати діяльності вітчизняної індустрії гостинності та показники, які характеризують їх динаміку, наведено в таблиці 2.

Кількість приїжджаючих, які скористались послугами українських підприємств готельного типу зростала з 2005 по 2008 рр. Проте у 2009 р. істотно зменшилась (на 21,1% до попереднього року), що стало найменшою величиною за період, що аналізується (на 8,1% ніж у 2005 р.). На відміну від вищенаведеного показника обсяг реалізованих послуг готельного господарства щорічно збільшувався (загалом у 2,36 рази). Щорічні темпи зростання даного показника почали уповільнюватись з 2008 р.

Характерною негативною тенденцією вітчизняного готельного господарства стало щорічне перевищення обсягів операційних витрат над обсягами реалізованих послуг. Найменше перевищення витрат становило 1217,6 млн грн (21,4% у 2006 р.), а найбільше – 1836,6 млн

грн (18,4% у 2008 р.). Цілком зрозуміло, що така поведінка операційних витрат не могла позитивно вплинути на галуззю досягнення прибутку. Отже, лише у 2005 р. фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування в цілому по галузі був позитивним, в усі інші роки – від’ємним, тобто збитковим. Проте певна кількість суб’єктів господарювання залишались прибутковими. Частка підприємств, які отримали прибуток від основної діяльності до оподаткування збільшувалась до 2007 року включно, а в наступні два роки зменшувалась, хоча й має майже 60,0% рівень. Абсолютна сума цього виду прибутку своєю динамікою повторює тенденцію, яка склалась за часткою прибуткових підприємств. Відповідно, з 2005 по 2009 рр. зростала частка збиткових підприємств, а загальна сума збитків від основної діяльності до оподаткування збільшилась у 5,32 рази (найбільша сума збитків цього виду спостерігалась у 2008 р.).

*Таблиця 2 – Основні результати діяльності готельного господарства*

Показник	2005	2006	2007	2008	2009
1	2	3	4	5	6
Кількість приїжджаючих до готелів, тис. осіб	3938,2	4196,2	4560,2	4590,1	3622,1
Індекси кількості приїжджаючих, % до попереднього року	103,8	106,6	108,7	100,7	78,9
Обсяг реалізованих послуг, млн грн	4286,1	5690,3	7668,9	10005,3	10103,3
Індекси обсягу реалізованих послуг, % до попереднього року	128,6	132,8	134,8	130,5	100,9
Операційні витрати, млн грн	5578,7	6907,9	9010,7	11841,9	11863,1
Індекси операційних витрат, % до попереднього року	120,7	123,8	130,4	131,4	100,2
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування, млн грн	83,1	-63,2	-1,5	-1446,7	-710,4
– підприємств, які отримали прибуток, млн грн	307,4	321,2	514,8	504,0	482,2
– індекси прибутку, % до попереднього року	129,6	104,5	160,3	97,9	95,7
– питома вага підприємств, які отримали прибуток, %	62,8	64,2	66,0	61,9	59,8
– підприємств, які отримали збитки, млн грн	-224,3	-384,4	-516,3	-1950,7	-1192,6

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5	6
– індекси збитків, % до попереднього року	83,8	171,4	134,3	377,8	61,3
– питома вага підприємств, які отримали збитки, %	37,2	35,8	34,0	38,1	40,2
Чистий прибуток (збитки), млн грн	16,4	-146,5	-114,3	-1568,9	-922,5
– підприємств, які отримали прибуток, млн грн	244,6	250,6	416,6	398,9	400,9
– індекси прибутку, % до попереднього року	124,3	102,5	166,2	95,8	100,5
– питома вага підприємств, які отримали прибуток, %	62,0	63,7	65,3	61,1	59,0
– підприємств, які отримали збитки, млн грн	-228,2	-397,1	-530,9	-1967,8	-1324,4
– індекси збитків, % до попереднього року	83,8	174,0	133,7	370,7	67,3
– питома вага підприємств, які отримали збитки, %	38,0	36,3	34,7	38,9	41,0

Аналогічні тенденції спостерігаються і за показником чистого прибутку (збитків). Відмінністю є більша частка збиткових підприємств і дещо більша щорічна сума чистих збитків. Динаміку показників реалізації існуючого потенціалу підприємств галузі можна дослідити за допомогою таблиці 3.

Таблиця 3 – Динаміка показників використання потенціалу підприємств готельного господарства

Показник	2005	2006	2007	2008	2009
1	2	3	4	5	6
Кількість приїжджаючих на 1 готель, тис. осіб	3,197	3,307	3,211	2,878	2,151
Коефіцієнт використання місткості	0,33	0,31	0,29	0,24	0,18
Обсяг реалізованих послуг на 1-е підприємство, млн грн	3,479	4,484	5,401	6,273	5,999
Продуктивність праці 1-го працівника, тис. грн.	33,99	41,11	53,78	69,67	72,37
– індекси продуктивності праці, % до попереднього року	117,8	120,9	130,8	129,5	103,9
Середня зарплата 1-го працівника, грн.	466,5	602,2	778,2	1012,9	1061,4

Продовження табл. 3

1	2	3	4	5	6
– індекси середньої зарплати, % до попереднього року	108,7	129,1	129,2	130,2	104,8
Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування на 1-е підприємство готельного типу, млн грн	0,397	0,394	0,549	0,511	0,479
Збиток від звичайної діяльності до оподаткування на 1-е підприємство готельного типу, млн грн	-0,489	-0,847	-1,069	-3,208	-1,762
Рентабельність (збитковість) операційної діяльності, %	4,2	1,1	1,3	-6,3	-3,3
Рентабельність (збитковість) всієї діяльності, %	0,3	-2,1	-1,2	-11,0	-6,8
Рентабельність (збитковість) активів, %	1,16	-0,65	-0,01	-12,78	-5,74

Після певного пожвавлення інтересу до України з боку іноземних туристів у 2005-2006 рр., спостерігається щорічне зменшення числа приїжджаючих, які скористалися вітчизняними готелями для проживання, що втілилось: по-перше, у зменшенні їх кількості на один готель (на 32,7% до 2005 р.); по-друге, у падінні коефіцієнта використання місткості (який до речі, є майже вдвічі нижчим від аналогічних закордонних готелів) на 54,5% (до рівня 2005 р.). Динаміка інших показників, що характеризують ефективність використання потенціалу підприємств галузі така: обсяг реалізованих послуг одним підприємством щорічно зростає; темпи зростання продуктивності праці 1-го зайнятого працівника уповільнились (з 2008 р.); індекси середньої заробітної плати (значно меншої ніж у цілому по країні) у більшості випадків не відповідали темпам підвищення продуктивності праці; прибуток від звичайної діяльності до оподаткування на 1-е підприємство за період збільшився на 20,6%, тоді як збитки за цим показником у 3,6 рази; рентабельність операційної діяльності в останні два роки є від'ємною; уся діяльність готельної галузі є збитковою з 2006 р.; останнє стосується і рентабельності активів.

**Висновки.** Результати дослідження тенденцій формування та реалізації економічного потенціалу підприємств готельного господарства України показали, що: по-перше, його формування здійснюється повільними темпами, без активного залучення великих інвесторів, що негативно відбивається на якісному стані його складових; по-друге, реалізація (ефективність використання) значною мірою залежить від зовнішніх чинників функціонування галузі, за переважною більшістю



обраних для оцінки показників була неефективною. Результати дослідження можна застосувати для поглибленого вивчення проблем готельного господарства країни та ретельного обґрунтування практичних шляхів підвищення ефективності процесів його реформування.

#### *Список літератури*

1. Власова Н. О. Підходи до оцінки економічного потенціалу підприємства [Текст] / Н. О. Власова, Н. М. Смольнякова, О. С. Маковоз // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць. – Харків : ХДУХТ, 2008. – Вип. 1(7). – С. 276–286.

2. Діяльність суб'єктів господарювання 2009 [Текст] : статистич. збірник / за ред. І. М. Жук. – К. : Державний комітет статистики України, 2010. – 424 с.

3. Пуцентейло, П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва [Текст] : навч. посібник / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 344 с.

4. Статистичний щорічник України за 2009 рік [Текст] / за ред. О. Г. Осауленка. – К. : Державний комітет статистики України, 2010. – 567 с.

5. Управління сучасним готельним комплексом [Текст] : навч. посібник / за ред. С. І. Дорогунцева. – К. : Ліра-К, 2005. – 520 с.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© Н.М. Смольнякова, А.М. Волосов, 2011.

УДК 339.137

**К.С. Москаленко**, ст. викл. (МАУП, Київ)

### **ВПЛИВ КОНКУРЕНЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ РАЦІОНАЛЬНОЇ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*Розглянуто методику визначення видової конкуренції на конкретному товарному ринку підприємств роздрібної торгівлі, що дозволяє сформувати раціональну асортиментну політику.*

*Рассмотрена методика определения видовой конкуренции на конкретном товарном рынке предприятий розничной торговли, позволяющая сформировать рациональную ассортиментную политику.*

*In article the procedure of definition of a specific competition in the specific commodity market of the enterprises of the retail commerce is considered, allowing to generate rational a policy of assortment.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Питання формування оптимального торгового асортименту є досить актуальним у