

маркетологов, технологів, менеджерів, пиар і других, так як росте конкуренція і на ринку з'являються нові форми і види ресторанів, нові форми обслуговування і сервісу. Грамотно розроблена концепція і послідовне комплексне впровадження всіх складових ресторанного бізнесу, зможуть гарантувати успіх у розвитку діяльності ресторану і забезпечити його життєстійкість і конкурентоспроможність.

Список источников информации

1. Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов / Г. А. Бондаренко. – М. : Новое знание, 2008. – С. 141
2. Гарви М. Ресторанный бизнес: пер. с англ. / М. Гарви, Х. Дизмор и Э. Дизмор. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2016. – 320 с.
3. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов / Н. И. Кабушкин. – М. : КНОРУС, 2013. – С. 25
4. Джум Т. А. Организация гостиничного хозяйства / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр: ИНФРА – М, 2011. – 400 с.

Н.Ю. Балацька, канд. техн. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сучасний розвиток готельної справи у світовій практиці пропонує споживачеві готельних послуг різноманітний сервіс залежно від цін, що складаються на ринках цих послуг. Велика розмаїтість закладів сфери гостинності, а також періодична поява нових їх видів створює велику конкурентоспроможність на ринку даної галузі.

Сучасний стан та розвиток економіки України характеризується стрімкими змінами пріоритетів, зокрема, важливою складовою соціально-економічного розвитку економіки країни є ефективне функціонування ринку готельних послуг. Однак глибока політична та економічна криза спричинили значне зменшення кількості туристів в Україні. Зниження туристичного потоку призвело до підвищення рівня конкуренції між готелями за платоспроможного споживача. Жорстка конкуренція потребує від власників закладів готельного господарства уміння формувати стійку і дієву конкурентну перевагу та розробляти ефективні заходи з просування своїх послуг, тобто вимагає застосування стратегічного інструментарію.

На даному етапі розвитку національна економіка унеможливується без індустрії гостинності та туризму, які виступають каталізатором соціально-економічного розвитку. Розвиток індустрії гостинності та туризму надає великий ринок робочих місць. Сьогодні кожна п'ятнадцята людина у світі

працює у сфері готельного та туристичного бізнесу, за темпами зростання число зайнятих у сфері гостинності випереджає інші галузі. Готельне господарство на даному етапі розвитку представляє собою комплекс заходів із задоволення потреб споживачів, ці послуги становлять своєрідні послуги «гостинності». Гостинність із фундаментального поняття людської цивілізації в останні часи перетворилася на могутню індустрію, що об'єднує підприємства, які надають різні послуги з прийому, розміщення та обслуговування гостей.

Головна мета діяльності підприємств готельного господарства – надавати бездоганне обслуговування, перевершуючи очікування споживачів; бути визнаним лідером в своєму сегменті на своєму ринку.

Нині туристична інфраструктура України набуває певного розвитку, сервіс стає більш якісним, що зумовлює більшу привабливість не тільки для вітчизняного туриста, але й іноземного, проте політичні, економічні чинники в країні, якість доріг тощо, значно знижують цю привабливість. Через це кількість туристів зменшується. Про розвиток ринку готельних послуг свідчить кількість підприємств готельного типу та місць на одну тисячу населення (табл.) [1].

Таблиця

**Динаміка кількості підприємств готельного типу
в Україні за 2011–2015 рр.**

Рік	Кількість підприємств готельного типу	Кількість місць, тис.
2011	3162	154,2
2012	3144	162,8
2013	3582	179,1
2014 ¹	2644	135,5
2015 ¹	2478	132,5

1 – Без урахування території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

За статистичними даними, спостерігаємо, що пік зростання кількості закладів готельного господарства приходить на 2013 рік – це пов'язано з проведенням Євро–2012. Істотне зниження кількості підприємств готельного типу, спостерігається за останні два роки. Так, їх кількість у 2015 р. зменшилась майже на 40% порівняно з 2013 р. Безумовно основна проблема, яка з'явилася у 2014–2015рр. – це недостатній потік туристів, як наслідок – низький рівень завантаженості готелів та інших закладів розміщення. Кількість закладів розміщення, яка вводилася в експлуатацію до 2013 року, є значно більшою, ніж потребує український туристичний ринок на даному

етапі розвитку. Так, згідно за даними ВТО, середня завантаженість у готелях світу становить 65–75%, в Україні цей показник коливається від 13% у Херсонській області до 65% у Києві. Тому, враховуючи кількість населення України, кількість готельних місць повинна становити 440–450 тис. У 2015 р. в Україні функціонувало 132,5 тис. місць, що в чотири рази нижче від міжнародного нормативу [1].

Крім того, однією із проблем є невідповідності цін рівню якості готельних послуг. Вартість проживання в українських готелях у декілька разів перевищує вартість проживання в готелях аналогічного рівня країн Європи. Найбільш виграшна позиція у готелів економ-класу європейського стандарту та якісних підприємств готельного господарства бюджетного типу, які незважаючи на зовнішні фактори змогли покращити свої економічні показники [2].

У цих складних умовах готельєри зосередили увагу на оптимізації своїх операційних витрат. За даними експертів українського підрозділу консалтингової компанії Colliers International Colliers [2], найбільш стійкими у фінансовому плані готелями виявилися ті, вартість номерів в яких прив'язана до іноземної валюти (долару або євро). До них належать п'яти- та чотиризіркові готелі. При цьому дохідність безпосередньо готелів знизилася на 40% і торкнулася всіх категорій.

Отже, аналіз ринку готельних послуг дав можливість виділити основні проблеми, якими характеризується сучасний стан розвитку готельного господарства в Україні: відсутність якісних готелів туристського та економічного класу (трьох-, двох- та однозіркових готелів); невідповідність пропозицій на готельні послуги до реального попиту завдяки суттєвому зниженню туристичного потоку; невідповідність якості та ціни на послуги розміщення; слабкий імідж країни на міжнародному ринку готельних послуг; також впливають чинники загальнодержавного рівня: нестабільна економічна і політична ситуація. Серед заходів, що можуть позитивно вплинути на розвиток індустрії гостинності та туризму, є популяризація України як туристичної перлини у світі та всередині країни. Тому Державним органам власті необхідно здійснювати стратегічно обґрунтовані заходи із забезпечення безпеки та політичної й економічної стабільності в країні, а власникам закладів індустрії гостинності та туризму – заходи з просування власних послуг.

Відповідно до етапів формування стратегії просування, передусім необхідно визначитися із цільовою аудиторією та цілями просування для цих аудиторій. Так, наприклад, якщо готель орієнтується на туристів-іноземців, у них обов'язково має бути сайт, який має містити опис готелю англійською та повідомлення про наявність в готелі англомовного персоналу, можливість оплатити послуги в іншій валюті тощо. Якщо ж готель спеціалізується на наданні послуг внутрішньому потоку туристів, то більшість заходів із

просування повинні бути спрямовані на зменшення ціни проживання (використання різних систем знижок, проведення різноманітних акцій тощо), оскільки економічна криза суттєво впливає на платоспроможність українців. Окрім того, готелі мають приймати участь у популяризації міста, в якому він розташований. Обґрунтовані стратегії просування дадуть змогу суттєво покращити конкурентні позиції українських підприємств гостинності.

Список джерел інформації

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Аналітика и новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.colliers.com/ru-ua/ukraine/insights>

Т.М. Брикова, ст. викл. (*ХДУХТ, Харків*)

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Готельний бізнес – один із найперспективніших і успішно розвинутих напрямків бізнесу в Україні. Особливістю цієї індустрії є орієнтація на європейські сервісні стандарти й стрімкий перехід до них. Як і будь-який бізнес, готельний також прагне до збільшення доходу та шукає ефективні шляхи для досягнення бажаного фінансового результату.

Наша країна має усі можливості стати одним із найпопулярніших місць для відпочинку та туризму серед іноземців та місцевих мешканців. Для того, щоб покращити стан готельної індустрії в Україні та вивести її на новий європейський рівень, необхідно виділити сучасні тенденції розвитку. За допомогою них можна визначити, у якому напрямку потрібно розвиватися тому чи іншому підприємству гостинності. Проаналізувавши стан сучасної готельної індустрії та її можливі перспективи, можна виділити наступні пріоритетні напрями розвитку:

- поглиблення спеціалізації готельних закладів;
- утворення міжнародних готельних ланцюгів;
- розвиток мережі малих підприємств;
- впровадження в індустрію гостинності ком'ютерних технологій.

Останнім часом поряд із традиційними готелями все більше стали з'являтися спеціалізовані підприємства зі скороченим набором пропонованих послуг. Такі готелі користуються великою популярністю серед туристів з Європи, тож аби покращити стан готельного бізнесу в Україні, їх кількість необхідно збільшувати. Спеціалізація таких підприємств буває найрізноманітнішою. Готелі можуть орієнтуватися на обслуговування представників певного сегмента туристичного ринку. Наприклад, на