



УДК 58.018.23:58.018.13

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Студ. С.І.Кобюк, гр. БГР1-18

Науковий керівник професор В.В.Бугас

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою є аналіз перспектив розвитку готельного господарства України.

Завдання – визначити сутність поняття «готельний бізнес», дослідити особливості управління готельним бізнесом в Україні.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єкт – готелі України. Предмет – методичні та практичні аспекти управління готельним бізнесом в Україні.

Результати дослідження. Вплив зовнішнього середовища, збільшення кількості дестабілізуючих чинників та поява нових глобалізаційних чинників змушує підприємства перейти від бюрократичної системи управління до децентралізації управління шляхом впровадження адаптивного управління [3]. Це, в свою чергу, потребує формування та впровадження нових сучасних моделей управління бізнесом в тому числі і в готельно-ресторанній сфері.

Підприємства готельного господарства є найбільш розповсюдженим, стаціонарним типом розміщення туристів. Вони характеризуються високим рівнем матеріально-технічної бази і сервісу. Всі засоби розміщення відрізняються рівнем комфортабельності та організації обслуговування. Із основних ознак готелів треба відмітити наявність номерів. В залежності від конкретного оснащення і особливості надання послуг у складі готелів розрізняють готелі широкого профілю, готелі квартирного типу, мотелі, придорожні готелі, курортні клуби з проживанням.

Якщо розглянути готельне господарство світу, то в ньому провідне місце належить Європейському континенту. На його долю припадає 70% усіх іноземних відвідувачів (тобто близько 300 млн. осіб), і для їх прийому необхідна адекватна матеріальна база. Готельний фонд європейських держав неуклібно зростає і складає 46% світового готельного фонду. За потужністю готельної бази за Європою слідує Американський континент. Загальна доля Американського континенту у світовому готельному господарстві складає 37%. Звичайно, ці показники містять значну долю США (2 млн.770 тис. місць). Загальна сума доходів підприємств готельного господарства України у 1998 р. склала понад 280279 тис. грн., у тому числі доходів від експлуатації – 220401 тис. (78,6%), доходів від додаткових платних послуг – 24004 тис. (8,6%), інших доходів – 35874 тис.грн. (12,8%). У розрахунку на один готель одержано усіх доходів у сумі 211 тис.грн. на рік. Ринку готельних послуг, що надаються на міжнародному рівні, в Україні немає. Своїх готельних ланцюгів в Україні ніколи не було.

Практика функціонування суб'єктів готельного бізнесу показала, що більшість з них зацікавлена у прийомі і розміщенні іноземних громадян, оскільки ця категорія гостей платоспроможна, користується послугами сервісу, витрачає кошти на розваги, а головне – може дозволити собі зайняти номери більш високого класу. Це дає можливість поповнювати грошові надходження від надання готельних послуг, покращувати стан матеріально-технічної бази та сфери сервісу.

Готельне господарство в Україні, як і вся економіка країни, знаходиться нині в кризовому стані. Переважна більшість готелів не відповідає основним європейським стандартам. Зроблені тільки перші кроки для розвитку цивілізованого ринку готельних послуг з урахуванням міжнародних вимог до засобів розміщення.

Основа матеріально-технічної бази готельного господарства в Україні складають заклади розміщення у великих адміністративних центрах. У великих адміністративних центрах більшість готелів давно застаріла, прийшла в занедбаність. Якісний стан їх матеріально-технічної бази свідчить про значне відставання від світових стандартів у цій сфері. Будівництво цих готелів здійснювалось за застарілими проектами. Тому в таких

готельних підприємствах відсутні конференц-зали, бізнес-центри, великі зали для проведення концертних програм, дискотек, гаражі, басейни та інше технічне обладнання, що дозволяє надавати весь комплекс основних і додаткових послуг.

У світовій готельній практиці існує цілий набір послуг: інформаційні, послуги щодо транспортних перевезень, розміщення, харчування в готелях, фізкультурно-оздоровчі. Деякі з цих послуг відсутні в готелях України, а ті, що існують представлено на дуже низькому рівні. В Україні додаткові послуги не входять у вартість проживання, а купуються за бажанням гостя. Тому наявність даних послуг, залежить від попиту мешканців готелю, від призначення готелю для тієї чи іншої категорії клієнтів. Ціна проживання в готелі залежить від його розряду, категорії номеру, терміну перебування, розташування готелю. Чим нижчий клас готелю, тим менше послуг він надає, що відповідно впливає на ціну. З готелів держава стягує плату, як з підприємств, а не як з житлових будинків, і на них висить багатомільярдна заборгованість. Готелі сьогодні на 80% збиткові, їх “завантаження” становить 15-20%.

Іноземні туристи побоюються приїхати до нашої країни так як в ній присутня криміногенна та погана екологічна ситуація, також , низька реклама України за кордоном. Країни, які прийшли до необхідності туристичної реклами, не жаліють на неї коштів. В Українській туристичній галузі існує велика кількість проблем, які заважають її розвитку насамперед це:

- відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном;
- відсутність цивілізованих умов перетину кордону та несприятливий візовий для іноземних туристів ;
- податкове законодавство, що не сприяє вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекс;
- різновідома підпорядкованість туризму та санаторно-курортного комплексу;
- недоліки в системі регіонального управління ;
- проблема тіньової економіки необхідність передання частини повноважень органам місцевого самоврядування.

Висновки. За останні роки Україна стала в основному “виїзною” країною. А ті гості, які приїздя за ть до нас з-за кордону, бажають жити в Україні так, як вони звикли у себе вдома. Ось чому вони стурбовані і незадоволені не лише високими розцінками у сфері послуг, але й низькими стандартами українських готелів. Конкуреноспроможність підприємств готельної сфери є одним з чинників підвищення конкуреноспроможності країни [4].

Ключові слова. Готель, готельний бізнес, готельне господарство, туристи, туризм.

ЛІТЕРАТУРА

1. Готельний і туристичний бізнес. Під ред. проф. Чудновський А.Д. - М .: Асоціація авторів і видавців "ТАНДЕМ". Вид-во ЕКМОС, 1998. - 352 с.
2. Кухар О.В. Сучасні проблеми готельного господарства Києва // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К.: 20. – Випуск 1.–Ч.2.–565 с.
3. Шацька З.Я. Трансформація системи управління підприємством в період глобальних змін [електронний ресурс]/ З.Я. Шацька. – Ефективна економіка. – №12. – грудень 2017. –14 с. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?n=11&y=2017>
4. Шацька З.Я., Некрасова А.І. Шляхи підвищення конкуреноспроможності підприємств готельної сфери / З.Я. Шацька, А.І. Некрасова. – Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні» –24 травня 2017 р. – Київ, КНУТД. – 2017. – с.233-236.