



Рис. 1. Алгоритм формування вимог до товару. Джерело [5].

З рис.1. показано, що для повноцінного вибору товару потрібне визначення та вивчення ринку, споживацької поведінки, конкурента, ринку та потреб потенційних споживачів.

Висновки. Проведене дослідження дало змогу розглянути найпоширеніші методи оцінки конкурентоспроможності продукції та дійти висновку, що різні методика враховують лише частину тих критеріїв від яких залежить конкурентоспроможність продукції. В сучасних ринкових умовах найдоцільнішим є застосування комплексного та змішаного методів, проте вони потребують подальшої модифікації і врахування таких критеріїв як: інтеграція, інтелектуальний потенціал підприємства, регіональні відмінності ринку.

Покращення усіх цих чинників, а також врахування глобалізаційних процесів в економіці, допоможе підприємствам здійснювати оцінку на більш високому рівні та помножувати свої прибутки.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Беличенко А.Г. Маркетинг: Курс лекцій для слухачей ФПО и студентов экономических специальностей / А.Г. Беличенко, Т.К. Кисилева. – ЗЦНТИ, 2003. – 127 с.
2. Глин Дж. Стратегия бизнеса. – 2-е изд. / Дж. Глин, Д. Маркова, Д. Перкинс. – Новосибирск: ИЭИОППСО РАН – Canterbury Business School, 2006. – 210 с.
3. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: навч. посіб. / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каранай, Л.П. Артеменко – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 440 с.
4. Кредісов А.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. Навч. посібник. – 2-ге вид., випр. і доп. / За заг. ред. А.І. Кредісова. – К.: ВІРА-Р, 2002. – 552 с.
5. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – Н.: ИНФРА. – М.: Сибирское соглашение, 2008. – 288 с.

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор Яцишина І.В.

УДК 640.5

*Ірина Верховод, Діана Грибова, Вікторія Марченко
(Мелітополь, Україна)*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

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

Ключові слова: *готельне господарство, готельний бізнес, конкуренція, туристична індустрія.*

The hotel business is one of the most promising and successful areas of business in Ukraine. The peculiarity of this business is the orientation towards European service standards and the rapid transition to them. Like any business, the hotel business strives to increase revenue and is looking for effective ways to achieve the desired financial result.

Key words: *Hotel economy, hotel business, competition, tourism industry.*

Готельне господарство є однією з головних складових туристичної індустрії України. В Україні туристична індустрія, як самостійний сектор економіки, перебуває в стадії свого становлення. Спостерігається збільшення інвестицій у готельний бізнес, як основний компонент інфраструктури туризму.

Показник низької конкурентоспроможності готельних послуг формується за рахунок рівня ціни та якості послуг. Через високі податкові ставки готелі змушені встановлювати високі ціни. Ціни визначаються умовами конкуренції, станом та співвідношенням попиту й пропозиції [5, 234].

Сьогодні можна констатувати про відсутність висококонкурентних позицій у цьому секторі національної економіки. Інфраструктура закладів розміщення в Україні не відповідає міжнародним нормам проживання та відпочинку: недостатня кількість готельних підприємств, у структурі готельних підприємств низька частка закладів високої категорії, матеріально-технічна база застаріла та потребує модернізації, відсутні сучасні засоби зв'язку та інформаційних комунікацій, ефективні та надійні системи захисту, які є передумовою високого рівня якості послуг [6, 121].

Сучасні готельні підприємства в Україні характеризуються типовою структурою послуг, низькою спеціалізацією. Поряд із традиційними повносервісними готелями необхідно створити мережу спеціалізованих підприємств з вузьким спектром послуг, зорієнтованих на обслуговування певної категорії туристів. Насамперед, необхідність створення спеціалізованих підприємств стосується туристичних центрів із чітко вираженою спеціалізацією у спортивно-оздоровчому, конгресовому туризмі, центрах з ігровими атракціями та іншими видами туризму [3, 134-135].

Поглиблення спеціалізації та впровадження високих стандартів обслуговування у національній сфері гостинності пов'язується із створенням традиційних у світовій готельній індустрії корпоративних форм - міжнародних готельних ланцюгів. Об'єднані у корпорацію провідні готельні підприємства здійснюють колективний бізнес, перебуваючи під єдиним контролем керівництва ланцюга. Професійний менеджмент несе повну відповідальність за ефективність функціонування, посилення конкурентних позицій. Технологічно успіхи корпоративних форм у гостинності пов'язуються з дотриманням високої якості готельного продукту, ідентичністю послуг та доступністю цін на всіх підприємствах мережі [6, 45].

За минулий рік зросла зацікавленість туристів до України. За даними офіційної статистики, збільшення туристів в Україну в першій половині 2017 р., порівняно з аналогічним періодом 2016 р., склав 16%. Кількість іноземних туристів за позначений період 2017 р. склала 6,6 млн. – стільки ж, скільки за весь 2016 р. [4, 54].

З цього можна зробити висновок, що в Україні, особливо у великих містах, у тому числі й у Києві, необхідно розвивати сегмент недорогих готелів з доступними цінами для людей із середнім рівнем достатку. З урахуванням підвищення внутрішньої ділової активності, у регіонах тризіркові готелі можуть бути привабливими і іноземному інвесторові.

Сьогодні все більше міжнародних операторів виявляють цікавість до керування вже готовими об'єктами. Міжнародний оператор дозволяє готелю швидше інтегруватися в міжнародні мережі, гарантує впізнаваність бренду, надає доступ до міжнародних систем бронювання.

Кількість готелів можна збільшити за рахунок реконструкції та модернізації вже існуючих. Проводячи об'єктивний аналіз існуючої бази, можна відмітити, що вона спроможна задовольнити потреби в готельних місцях. Для цього необхідно привести у відповідний стан побудовані раніше готелі, звернути увагу на об'єкти незавершеного будівництва, відомчі будинки й гуртожитки [1, 67-68].

Готельний бізнес в Україні перспективний, як мінімум, за чотирма причинами. По-перше, у країні спостерігається підвищення ділової активності, що, як правило, неминуче викликає збільшення обсягів "ділового туризму", причому не лише внутрішнього, але й в'їзного. По-друге, підвищення доходів населення України призводить до збільшення кількості людей, які подорожують, що викликає необхідність збільшити засоби розміщення та надання якісних готельних послуг. По-третє, Україна, що заявила про свою інтеграцію до європейського простору, поступово стає привабливою для європейців. По-четверте, скасування готельного збору призвело до зниження податкових обов'язків для готелів.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Бойцова М., Піроженко О. Усе про облік та організацію готельного бізнесу. – Харків: Фактор, 2005.
2. Бочелюк В.Й., Бочелюк В.В. Дозвіллезнавство. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006.
3. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Пер. с англ. – М.: Аспект Пресс, 1995.
4. Готелі та інші місця для тимчасового проживання: Статистичний бюлетень. – К.: Державний комітет статистики України, 2017.
5. Лук'янова Л.Г., Дорошенко Т.Т., Муніч І.М, Уніфіковані техноло-гії готельних послуг / За ред. проф. В.К. Федорченка. – К.: Вища школа, 2001.
6. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2007.