

Богдан А. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Готельні послуги як важлива складова індустрії гостинності являють собою системоутворюючий елемент сфери туризму, саме вони мають властивість генерувати мультиплікативний ефект впливу на суміжні галузі діяльності національної економічної системи. Готельний бізнес є важливим фактором розвитку не тільки туризму, але й економіки регіонів та країни в цілому. Останні роки світові тенденції розвитку сфери гостинності характеризуються динамічним ростом, постійно збільшується кількість готельних підприємств та місць розміщування, зростає завантаження готелів, розширюються готельні мережі. Досить динамічною є готельна сфера і в Україні. Становлення та розвиток ринку готельних послуг в нашій країні виявило низку специфічних особливостей та проблем, пов'язаних з труднощами адаптації до нових умов господарювання [1].

Станом на кінець 2014 року в нашій країні функціонувало 61761 суб'єктів господарювання, що надавали послуги із тимчасового розміщування, з них юридичні особи складали 7535 одиниць (або 12,2%), а фізичні особи-підприємці – 54226 осіб (або 87,8%). Тобто, специфікою вітчизняного ринку готельних послуг є широке застосування індивідуальної організаційно-правової форми ведення готельного бізнесу [2].

Нині в Україні в сфері готельного бізнесу функціонують готелі категорійністю від 1 до 5 зірок, різних форм власності (державні, приватні, колективні), різних організаційно-правових форм (акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, приватні підприємства, фізичні особи – підприємці). Останні роки на українському ринку готельних послуг спостерігались тенденції до значного скорочення попиту на дорогі, фешенебельні готелі та зростання попиту на недорогі, але якісні готелі, що

найбільше відповідають співвідношенню ціна-якість, що означає переорієнтацію українського ринку з люксового сегменту на демократичний.

В сфері готельних послуг України зберігається тенденція низького рівня наповнюваності готелів та інших засобів тимчасового розміщування, що пояснюється не тільки скороченням попиту на даний вид послуг, а й розвитком тіньового ринку готельних послуг за рахунок подорожної та погодинної оренди квартир та іншої житлової нерухомості. При цьому забезпечується не тільки повноцінне надання основних послуг, а й пропонується широкий спектр додаткових, в умовах гнучкого ціноутворення, високого рівня якості обслуговування та застосування клієнтоорієнтованих підходів. Конкурентними перевагами таких суб'єктів є менше податкове навантаження, можливість застосовувати тарифи на комунальні послуги для побутових споживачів (що значно знижує рівень витрат), можливість не отримувати дозволів та сертифікатів на провадження діяльності на підставі недосконалого законодавства в частині регулювання послуг тимчасового розміщування.

В умовах євроінтеграційних процесів окремо постає питання вдосконалення системи категоризації готельних підприємств, відповідно до європейської класифікації HOTREC.

Отже, сфера готельних послуг в Україні відрізняється динамічними темпами розвитку, які мають тенденції до збереження у перспективі. Але для збереження та прискорення темпів зростання галузь потребує вирішення низки проблем на рівні суб'єктів готельного бізнесу та дієвої державної підтримки.

Список використаних джерел:

1. Timar I. V. Hospitality services in Ukraine: current state, problems and prospects for further development / I. V. Timar // Economics, management, law: realities and perspectives: Collection of scientific articles. – Les Editions L'Originale, Paris, France, 2016. – С. 241-244.
2. Державна служба статистики. Офіційний сайт. [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Grynko T. V. Organizational culture and a factor in the competitiveness of tourism and hotel enterprises / T. V. Grynko, O. P. Krupskiy, I. V. Timar // National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine – Collective monograph – Vol. 3. Poland: Izdavnica "Baltija Publishing", 2016. – P. 252-270.

4. Тімар І. В. Вплив іміджу підприємства сфери готельних послуг на формування його конкурентних переваг/ І. В. Тімар //Вісник Дніпропетровського університету Серія Економіка Випуск 9 (3) – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2015. – С. 145-149.