

УДК 479.91.

Рижкова І. О.

аспірант

*Харківського державного університету харчування та торгівлі*

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

*В статті розглянуто сучасний стан та основні проблеми готельного господарства України, було встановлено, що нестача і погана матеріальна база готелів ускладнює всі ці процеси, проте розвиток готельного господарства веде і до розвитку суміжних видів підприємницької діяльності та сприяє поглибленню всіх суспільно-економічних контактів, підсилює економічний потенціал держави.*

*Ключові слова: сучасний стан, держава, готельне господарство, процеси, потенціал, діяльність.*

**Постановка проблеми.** Готельне господарство є невід'ємною частиною індустрії туризму. Воно являє собою тисячі підприємств по всьому світу, об'єднаних спільною метою: забезпечити туристів необхідними та бажаними послугами. В цих умовах гостро постає проблема пошуку та створення нових шляхів розвитку, постійного оновлення власної політики з урахуванням динамічного розвитку ринку готельних і туристських послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вирішення цих питань розглядається у працях таких авторів, як В. Данильчук, Т. Дворова, І. Куроченко, В. Федорченко, В. Цибух. Окремі аспекти розглянуто вітчизняними та зарубіжними авторами: Азар В.А., Браймер Р.А., Дурович О.П., Кабушкін М.І., Карсекін В.І., Квартальнов В.О., Кузнецова Н.М., Папірян Г.А., Ткаченко Т.І. та ін.

**Формування цілей статті.** Мета статі – проаналізувати сучасний стан та основні проблеми готельного господарства України.

**Виклад основного матеріалу.** Готельне господарство є матеріальною базою туризму і характеризується концентрацією обслуговуючих сервісних служб.

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, призначення готелю для тієї чи іншої категорії клієнтів [1,3]. Готельні підприємства в силу специфіки своїх клієнтів самостійно визначають додаткові послуги. Основну частину серед них за обсягом прибутків становлять послуги підприємств громадського харчування при готелях.

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. Ціни на послуги розміщення постійно зростають. В основі цього зростання лежить загальне підвищення вартості проживання, викликане падінням вартості валюти на світовому ринку, зростанням оподаткування [2,4].

З готелів держава стягує плату, як з підприємств, а не як з житлових будинків, і за ними рахується багатомільярдна заборгованість. Готелі сьогодні на 80% збиткові, їх «завантаження» становить 15-20%. Співробітники місяцями не отримують заробітної плати, навіть у таких солідних та відомих комплексах як «Трускавець». Нині готелі, щоб якось вижити, змушені створювати ледь не «ковбасні цехи» або перепродавати товари дрібним оптом. В Івано-Франківському два готелі зачинені через недостатню завантаженість, яка за рік склала 25%. У багатьох готелях Західної України, у Дніпропетровській, Донецькій, Запорізькій областях працівники перебувають у вимушених відпустках [1].

На сьогоднішній день в готельному господарстві України існує проблема залучення клієнтів [1, 3]. Щоб розв'язати цю проблему, готельні господарства впроваджують пільги на готельні послуги. Наприклад, готель «Київська Русь» впровадив програму «Частый гость», згідно якої клієнтам, які користуються послугами готелю досить часто, надаються пільги. Також, ціни на проживання в готелі у вихідні дні нижче, ніж у будні.

Готелі укладають угоди з туристичними фірмами, які зобов'язуються постачати готелям туристів, а готелі при цьому надають певні знижки на розміщення.

За останні роки Україна стала в основному «виїзною» країною. А ті гості, які приїждять до нас з-за кордону, бажають жити в Україні так, як вони звикли у себе вдома. Саме тому вони стурбовані та незадоволені не лише високими розцінками у сфері послуг, але й низькими стандартами українських готелів. Україна відстає «за туристичними показниками» від інших східно-європейських країн. Зарубіжних туристів дратує, що вимушені платити за ті ж самі послуги вдвічі, втричі більше, ніж наші громадяни [1, 4].

У Києві попит на готельні послуги з боку іноземних туристів досить значний і стабільний, оскільки Київ як діловий центр країни привертає увагу багатьох представників ділової еліти світу. Тому можна сподіватись, що такі види іноземного туризму, як діловий і конгресний, будуть зростати в столиці України, особливо за умови економічного розвитку.

Туристам заважає приїхати до нашої країни криміногенна та погана екологічна ситуація, низька реклама України за кордоном. Країни, які прийшли до необхідності туристичної реклами, не жаліють на неї коштів. Наприклад: Японія щороку витрачає на рекламу своєї країни за кордоном \$296 млн. із державного бюджету; Австралія – \$106 млн., Франція – \$65 млн., Голандія – \$40 млн., Австрія – \$32 млн., а Україна – практично ні копійки. В туристичній галузі існує велика кількість проблем, які заважають її розвитку, головні з них [4]:

- недостатня законодавча і правова база у питаннях захисту інтересів вітчизняного туристичного підприємництва;
- невідповідність матеріальної бази і якості послуг вітчизняного туризму міжнародним вимогам, особливо у сфері готельного господарства та транспортного обслуговування;
- відсутність ефективного і гарантованого механізму фінансування об'єктів галузі вітчизняними та іноземними інвесторами із недержавних джерел;
- недостатня організація системи аквізиції туристів в Україну (при виїзному туризмі) рекламно-інформаційного забезпечення, системи захисту прав подорожуючих.

Важливим для України є також об'єднання зусиль працівників туризму і наукових працівників різних профілів з метою створення програмного матеріалу для подальшого розвитку інфраструктури туризму в країні [3].

Розвиток туризму в Україні стримується рядом причин. Це і економічна криза, і недоліки в роботі фінансово-банківської системи, обмеження платоспроможності населення, недосконала податкова система. Законодавча база також недосконала, відсутні інструкції та інші документи, котрі були б логічно взаємопов'язані і не суперечили один одному. До цього треба додати відсутність необхідної інфраструктури, відповідних сервісних послуг, що в свою чергу, відображається на рівні якості обслуговування туристів. Стан галузі не відповідає потенційним можливостям держави, яка має все необхідне для розвитку туристської індустрії [2].

Як позитивну тенденцію треба відмітити те, що намітились більш високі темпи приросту в'їзного туризму порівняно з виїзним. Так, у минулому році приїхало більше 6 млн. туристів, а виїхало тільки 4 млн осіб [1, 3].

За прогнозами ВТО, чисельність учасників міжнародних мандрівок у 2000 р. перевищить 7000 млн. осіб, а в 2010 р. їх буде близько мільярда. Доходи галузі відповідно досягнуть 612 млрд. і 1550 млрд. дол. США [2, 3].

Аналіз засвідчує, що незважаючи на всі політичні та соціально-економічні проблеми останніх років, індустрія туризму стала ледь не єдиною галуззю народного господарства України, яка постійно, ще й без залучення державних дотацій, нарощує обсяги своєї діяльності.

У невиробничій сфері перспективним та інвестиційно-привабливим видом підприємства є готельний бізнес, головне призначення якого – надання місць розміщення для обслуговування туристів та відвідувачів, що здійснюють поїздки з метою задоволення пізнавальних, рекреаційних потреб, вирішення комерційних та службових справ.

В останні роки готельне господарство виявилось невідповідним до ефективного функціонування в умовах ринкової економіки. Це пов'язано з рядом проблем: недостатня законодавчо-правова база, великі ставки оподаткування, недостатня організація аквізиції туристів в Україні, недостатні інвестиції у готельний бізнес. Основною причиною відставання готельної галузі від світової являється застаріла матеріальна база готелів. Готелі були побудовані за проектами, які на сьогоднішній день застаріли. В готелях практично відсутні сучасні засоби зв'язку та комунікації, конференцзали і аудиторії, які мають аудіовізуальну техніку та технічні засоби для синхронного перекладу. При цьому тарифи на проживання в готелях України, як правило, не нижчі, а в багатьох випадках навіть перевищують тарифи в європейських готелях аналогічних розрядів.

Щоб готельна база України відповідала міжнародним стандартам, необхідно її модернізувати та реконструювати. До 2010 року передбачається реконструювати заклади розміщення туристів і відпочиваючих місткістю близько 28 тис. місць та побудувати нові на 20,5 тис. місць. Перші кроки у цьому напрямі вже зроблені. Так, у 1998 році підприємствами галузі на реконструкцію та модернізацію матеріальної бази було використано 120 млн.грн. Будівельні, ремонтні та опоряджувальні роботи проведено на 118 об'єктах галузі. З них прями інвестиції склали 44,4 млн.грн., кредиторські та власні кошти 55,4 млн.грн.

Також, щоб привести діючу матеріальну базу до вимог ВТО, проводиться сертифікація туристичних, готельних послуг та послуг харчування. Сертифікації підлягають 86 готелів, 67 турбаз, 25 санаторіїв, 44 пансіонати та будинки відпочинку, 15 клієнтів, 6 мотелів, 472 пункти харчування.

**Висновки.** Таким чином, можна зробити висновок, що розвиток туризму, промисловості, торгівлі, економіки, а також культури і спорту обумовлює підвищення мобільності людей з метою встановлення контактів, обміну досвідом, оздоровлення і відпочинку.

Належний рівень розвитку готельного господарства допоможе увійти нашій державі до провідних туристичних країн світу.

### Список використаної літератури

1. Особливості готельного франчайзингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.etm.dp.ua/?p=618>
2. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту. Навчальний посібник. - К.: Кондор, 2005. - 408 с.
3. Стан і проблеми розвитку готельного господарства України в контексті підготовки до Євро-2012 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://niss.lviv.ua/analytics/120.htm>
4. Скибський С. В., Іванова Л. О., Моргун О. Ф. Маркетинг готельних послуг. – Львів: видавництво Львівської комерційної академії, 2000 – 246 с.

### **РЫЖКОВА И. А. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ**

*В статье рассмотрено современное состояние и основные проблемы гостиничного хозяйства Украины; установлено, что недостаток и плохая материальная база гостиниц затрудняет все эти процессы, однако развитие гостиничного хозяйства ведет и к развитию смежных видов предпринимательской деятельности, и способствует оживлению всех*

*общественно-экономических контактов, усиливает экономический потенциал государства.*

**Ключевые слова: современное состояние, государство, гостиничное хозяйство, процессы, потенциал, деятельность.**

**RYZHKOVA I. A. CURRENT STATUS AND PROBLEMS OF HOTEL MANAGEMENT IN UKRAINE**

*The article examined the current state and main problems of hotel industry in Ukraine. It was found that the lack of material resources and poor hotel complicates these processes, but the development of the hotel industry leads to the development of related types of business activity and contribute to the expansion of all social and economic contacts, enhances the economic potential of the state.*

**Keywords: current state, the state and Hospitality, processes, potential activities.**