

Рудик Н., к.е.н., доц.
кафедра фінансів і кредиту;
Рудик А., студентка, СНУ ім. Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ

Сучасний туризм швидко розвивається і охоплює все більшу кількість нових напрямків. Ця динаміка перетворила туризм на ключову рушійну силу соціально-економічного прогресу.

Доходи від міжнародної туристичної діяльності зросли на 7% у 2017 році до 1323 млн. дол. США. У 2017 році міжнародний туризм приніс 1,6 трлн. дол. США експортних доходів. UNWTO прогнозує, що міжнародні туристичні доходи досягнуть 1,8 мільярда до 2030 року [1].

Україна стоїть осторонь основних туристичних напрямів, що викликає потребу у розвитку перспективних туристичних місць, із врахування нових туристичних тенденцій, зручних логістичних маршрутів та заявці про себе, як потужного гравця на ринку гостинності.

Вклад туризму в економічне благополуччя залежить від якості та доходів туристичної пропозиції та пов'язаний з розвитком готелів. Проте розвиток цього сектору в Україні знаходиться на низькому рівні і частка готельного бізнесу у доходах є незначною. Зважаючи на інтеграцію України в європейський простір та перспективне зростання соціальних, економічних та культурних контактів України з зовнішнім світом готельне господарство є візитівкою розвитку країни, що вимагає стимулювання його розвитку. Проте Україна знаходиться лише на початковому етапі розвитку готельного господарства та туризму.

У процесі зростання туризму та бажанням готельних підприємств максимізувати прибуток послуги розміщення стали пов'язуватися з харчуванням та додатковими послугами. До них можна віднести: обслуговування наукових конференцій і симпозіумів, спортивні, медичні, посередницькі, побутові та інші послуги, асортимент яких весь час зростає. Це, в свою чергу, розширює сферу діяльності готелів, які надають як власні послуги, так і послуги суміжних галузей.

Забезпеченість міст готелями в Україні становить 3,9 місць у розрахунку на 1000 жителів, що набагато менше, ніж у переважній більшості розвинених країн світу. Також готелі України мають низький коефіцієнт завантаження. У країнах Європи рентабельними вважаються готелі за середньорічного коефіцієнта 0,57-0,65 [2].

Рівень комфорту та обсяг додаткових послуг у готельному господарстві теж є недостатнім. Якщо готелі Європи мають у своєму асортименті понад 80 найменувань додаткових послуг, то в Україні лише три. Додаткові послуги можуть забезпечити біля 60% доходів, тоді як українські готелі заробляють ними менше п'ятої частини своїх доходів. Три чверті (74,6%) від загальної кількості готелів надають послуги харчування і мають у своєму складі такі об'єкти сервісу, як ресторани, кафе та бари. Поряд з цим багато готелів не забезпечені закладами харчування (заклади харчування має лише близько 15 % готелів Луганської та

Чернігівської області). Трохи більше третини готелів (34,8%) мали автостоянки, а трохи більше половини (56,0%) – сауни та пральні.

Всього в Україні, згідно з даними Держкомстату, на кінець 2017 року налічуються 4,113 тис. закладів загальною ємністю у 359,0 тис. місць, які щорічно обслуговують близько 6,7 млн. осіб, 77% яких скористалися послугами готелів [3].

Частка України у світовому готельному господарстві не перевищує 0,6%. Низькими є й показники рентабельності (близько 5%). Готелі розташовані нерівномірно: сім великих міст володіють 80% готельного фонду, і лише у чотирьох регіонах зростає кількість готелів [4].

Для того, щоб бути у тренді розвитку нових технологій індустрії гостинності українські готелі та ресторани об'єднуються у асоціації національного масштабу.

В Україні діє Українська асоціація гостинності, яка надає інформаційну та навчальну допомогу, зокрема проводить тренінги для управління та персоналу для покращання сервісу, розробляє та впроваджує стандарти обслуговування, розвиває спеціальні компетенції персоналу (робота з різними категоріями клієнтів), розробляє та здійснює промоцію туристичних продуктів, управління туристичним потоком, СММ та СРМ в діяльності туристичного об'єкта [5].

В світі діє Міжнародна асоціація готелів та ресторанів (IHRA), проте Україна не є її членом. До її функцій входить контроль питань, що порушують великі міжнародні організації, що займаються туризмом, представлення колективних інтересів галузі перед політиками, лобіювання інтересів індустрії гостинності у всьому світі, протидія згубним або дороговартісним намаганням регулювати сферу гостинності, надавати підтримку місцевим та регіональним питанням гостинності [6].

З 1949 року діє Світова організація готелів та ресторанів (International Organization of Hotel and Restaurant Associations (International HO-RE-CA)). До її завдань належать: дослідження собівартості та ціни продажу; аналіз ринку зайнятості (включаючи державну політику щодо притулку); навчання та проведення тренінгів для власників та вищого керівного персоналу; консультування стосовно податкового законодавства (включаючи ПДВ); консультування стосовно авторського права, харчового та іншого законодавства; вивчення шляхів боротьби з незаконним (несанкціонованими) ресторанными та громадськими організаціями та алкоголізмом; консультування стосовно охорони навколишнього середовища; вивчення шляхів боротьби з палінням в готелях, ресторанах та кафе тощо [7].

Для збільшення розвитку готельного та ресторанного бізнесу в Україні треба ставати членами міжнародних асоціацій або на громадському, або на державному рівні. Це дозволить підсилити свої позиції та зробити значну промоцію для розвитку сфери туризму та ресторанно-готельного бізнесу України

Розвиток готельного господарства зараз неможливий без смарт технологій. Смарт напрямки є ключовими для трансформації туристичного сектору.

Smart destinations – стратегія щодо технологій, інновацій, стійкості, доступності та інклюзивності протягом усього туристичного циклу: до, під час

поїздки та після неї, враховуючи багатомовність, культурні особливості та сезонність для планування туризму.

Сьогодні люди та підприємства підключаються, обмінюються інформацією та здійснюють транзакції способами, які ніколи раніше не уявляли. Гарним прикладом використання сучасного механізму залучення та утримання клієнта є довідково-інформаційна служба «Кирилловка24», яка допомагає клієнтам безкоштовно підібрати та забронювати необхідний готель у курортному місті Кирилівка та на території Азовського моря [8].

Зміна очікувань клієнтів та глобальних тенденцій змушують туристичний та готельний сектор адаптувати бізнес та діючі моделі в пошуках зростання задоволення клієнтів та експлуатаційних показників. Це створює можливості для нових учасників в ланцюжку вартості туризму, таких як онлайн-агрегатори подорожей. У той же час готельні послуги на приватних платформах (так звана економіка спільного використання) зростають.

Висновки та пропозиції. Україна має значний туристично-рекреаційний, індустріальний, інформаційний та інтелектуальний потенціал, який буде зростати разом із інтеграцією України до ЄС та світової економіки. У процесі зростання економіки будуть збільшуватися ділові та бізнес відвідування України. Актуальним також буде розвиток молодіжного туризму, пов'язаного з різними музичними, етнографічними, художніми та мистецькими фестивалями, які необхідно рекламувати. Тому для забезпечення розвитку туризму необхідно підвищувати якість та асортимент готельної пропозиції. Для розвитку готельного бізнесу в Україні необхідна розробка державних, регіональних та місцевих програм розвитку готельного та туристичного бізнесу.

Використана література:

1. WTD and Innovation. Tourism in the Digital Era. URL: <http://wtd.unwto.org/content/wtd-2018-technology-tourism> (Дата звернення : 05.08.2019).
2. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації : монографія / колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої // 2018. – Запоріжжя : URL: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/3231/1/Zaytseva_Strategic_Management.pdf (Дата звернення : 04.08.2019).
3. **Бошота Н. В.** Тенденції розвитку підприємств готельного господарства України / Н.В. Бошота // Держави і регіони. Серія : економіка та підприємництво. – 2018. – №3. – С.66-72. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2018_3_12
4. В.І. Охота Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії / В.І. Охота // Економічна наука. Інвестиції: практика та досвід. – №5. – 2017. С.46-49. URL : http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2017/11.pdf
5. Асоціація гостинності України. URL : <http://aigu.org.ua/members.pdf> (Дата звернення : 25.12.2019).
6. International Hotel & Restaurant Association. URL: <http://www.ih-ra.org/about-ihra-history.php> (Дата звернення : 25.12.2019).
7. International Organization of Hotel and Restaurant Associations (International HO-RE-CA) URL: <https://uia.org/s/or/en/1100055531> (Дата звернення : 25.12.2019).
8. Кирилловка.укр. URL: <http://kirillovka.ks.ua/kirillovka24/> (Дата звернення : 25.12.2019).