

В. Ф. СЕМЕНОВ, Л. В. БОРТНИК

*Одеський національний економічний університет*

Широкі можливості для розвитку готельного бізнесу в регіонах детермінуються загальним станом і конкурентоспроможністю підприємств туристичного бізнесу в Україні. У процесі його організації створюються нові підприємства, але через деякий час частина з них не витримує конкуренції і виходить з бізнесу. В цілому в Україні погіршали умови ведення туристичного й готельного бізнесу. За результатами 2011 року країна зайняла 85-е місце в рейтингу конкурентоспроможності у сфері туризму і подорожей Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) проти 77-ої позиції роком раніше. Такий розвиток туризму пояснюється тим, що досі індустрія гостинності, як складова сфери послуг, на відміну від промисловості чи сільського господарства не розглядалася як один з ефективних напрямів розвитку економіки – ця галузь поки що не є пріоритетною для держави. За оцінками учасників ринку туристичних послуг, внесок туризму у ВВП України складає близько 2%. Через це у рейтингу ВЕФ пріоритетність сфери туризму для уряду України знаходиться десь на 125 – 130-му місці. Все більше фахівців і науковців, як вітчизняних, так і зарубіжних (Агафонова Л.Г., Александрова А.Ю., Браймер Р.А., Гуляев М.І., Папірян Г.А., Пуцентейло П.Р., Чудновський А.Д. тощо) пишуть про те, що туризм – це сегмент економіки, а не розвага. Якоюсь мірою змінити ситуацію на краще можуть лише активні дії держави у руслі її економічної політики, яка напевно має бути спрямована на стимулювання кількісних і якісних змін на ринку готельних послуг. Оскільки готельний бізнес сьогодні являє собою галузь зі зростаючим рівнем конкуренції на ринку туристичних послуг, то перше що треба зробити державою – це підвищити конкурентоспроможність наших готелів. Водночас проблема підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств недостатньо вивчена і висвітлена в літературі, й донині бракує системних

наукових розробок у цій області. Зокрема, попри те, що конкуренція – вагомий стимул для поліпшення роботи готелів знають і розуміють усі, але як системна проблема управління конкурентоспроможністю, методи й механізми її стимулювання вивчені недостатньо. Недостатньо, на наш погляд, вивчені базові проблеми функціонування готелів та механізму стимулювання їхніх високих конкурентних переваг.

У першу чергу конкурентні позиції у сфері гостинності України можна підвищити шляхом ліквідації дисбалансу між попитом та пропозицією. Український ринок готельних послуг сьогодні наближається до насичення в секторі п'яти- і чотиризіркових готелів, в той же час практично не заповнений в секторі 2-3 зірок та представлений в основному підприємствами з українським рівнем обслуговування й невеликим набором послуг. Потребує вдосконалення законодавство, насамперед податкове, яке заохочувало б підприємницьку діяльність у готельному бізнесі. Через високі готельні збори готелі змушені встановлювати ціни, неприйнятні для середнього споживача, як за світовими, так і за вітчизняними стандартами життя. Для відповідності міжнародним стандартам понад половина туристичної інфраструктури, включаючи і готелі, потребують ремонту та переобладнання. Потребує вирішення питання пріоритетності будівництва нових готелів в Україні, спрощення умов та процедури отримання земельних ділянок під їхню забудову. Сприяти готельному бізнесу, стимулювати його має впровадження механізмів, що мають місце у зарубіжній законодавчій практиці, наприклад, безкоштовне виділення земельних ділянок першої лінії під будівництво готелів, аукціонний продаж землі під цільове використання, створення державного туристичного банку, який кредитував би будівництво готелів. У незадовільному стані знаходиться система економіко-статистичного спостереження за туризмом і готельним господарством. Законодавча основа має стимулювати створення та входження до ринкового простору

вітчизняних готельних ланцюгів, які можуть забезпечити належний рівень послуг.