

Електронне наукове видання «Глобальні та національні проблеми економіки». Вип. 15. – 2017. – С.122–128.

3. Україна туристична 2010 [Електронний ресурс] / Державна служба туризму та курортів України. – Режим доступу: <http://who-is-who.com.ua/book/ukrtour2009.html>

УДК 351

**Дегтяр О. А.**

д-р наук з держ. упр., доцент,  
доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування;

**Баландіна І. С.**

канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри туризму і готельного господарства,  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова*

## **ОКРЕМІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Діяльність готелів та ресторанів по всьому світу є елементом ефективного розвитку національної економіки. Розвиток галузі питання є перспективним і для України. Існують також внутрішні та зовнішні проблеми, які значно обмежують динаміку зростання. Зокрема, в умовах високої конкуренції національний ринок готельно-ресторанних послуг має наступні недоліки у порівнянні із аналогічним ринком розвинених Європейських країн: повільні тенденції розвитку; матеріально-технічна база не відповідає світовим стандартам; низькі показники будівництва сучасних комфортабельних готелів, низький рівень інвестицій за рахунок іноземних компаній, низький рівень сервісної інфраструктури, наприклад, паркувальні майданчики, фітнес-центри, конференц-зали тощо, які не відповідають європейським стандартам. Окремий фактор, що обмежує прибутковість мережі є фактор низької купівельної спроможності населення та недостатній розвиток сфери послуг. Вищезазначені питання потребують систематичного вивчення тенденцій розвитку ринку готельно-ресторанних послуг на основі наукових підходів, розробки стратегій та планів розвитку на рівні держави, впровадження методологічних підходів, розроблених з залученням керівників та експертів готельного та ресторанного бізнесу для оцінки ефективності управлінських рішень.

Сучасні системи управління пропонують нові моделі розвитку для різних галузей економіки. Управлінська діяльність має реалізовувати наступні функції [1]:

- підхід, орієнтований на споживача;
- різноманітність асортименту послуг;
- активізація людського фактору;

- сучасне комплексне використання інформаційних маркетингових технологій;
- розвиток партнерства та створення нових форм корпоративного управління.

Визначимо структурні та аналітичні аспекти управління готельно-ресторанного бізнесу (рис. 1).

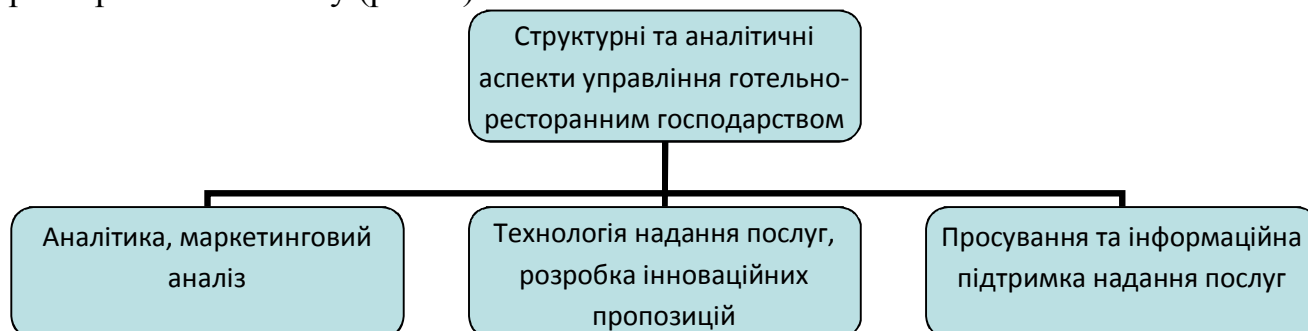


Рисунок 1 – Структурні та аналітичні аспекти управління готельно-ресторанним господарством [2]

Загалом, можна виділити наступні тенденції розвитку готельного та ресторанного бізнесу:

1. Забезпечення відпочинку громадян та зміцнення здоров'я.
2. Модернізація технологічних процесів в обслуговуванні клієнтів.
3. Підвищення рівня технічної підтримки підприємств ресторанного господарства.
4. Вдосконалення асортименту харчових продуктів та ресторанних послуг.
5. Розвиток системи управління ресторанним бізнесом як на комерційному рівні, так і на державному в цілому.

Напрями управління можуть бути охарактеризовані шляхом аналізу механізмів реалізації інноваційної політики в готельному та ресторанному бізнесі: правове регулювання розвитку, форми фінансування, системи стимулювання та мотивації працівників, процеси управління та інформаційно-методичне і організаційне забезпечення.

Таким чином, загострення політичної та економічної кризи призвели до значного уповільнення розвитку ринку готелів та ресторанів. Для розвитку індустрії гостинності необхідно створити та впровадити державну інвестиційну політику, що включає важливі компоненти, такі як регулювання цієї галузі; ресурсна підтримка розвитку та пільгове фінансування; організаційне та функціональне забезпечення процесів управління; методичне забезпечення, систематизована інформаційна політика.

### Список літератури:

1. Кравчук Г. О. Аналіз досліджень розвитку готельної індустрії України в контексті Євро 2012 / Г. О. Кравчук // Інноваційна економіка. – 2012. – №1. – С. 112–115

2. Шаповалов А. Л. Інформаційні технології в готельному та ресторанному господарстві : конспект лекцій з дисципліни / А. Л. Шаповалов, О. Б. Костенко, К. В. Кузьмичова. – Харків : ХНАМГ, 2012. – С. 80.

УДК 338.48

**Кирєєнко Н. В.**

д-р екон. наук, доцент,  
завідувач кафедри інноваційного розвитку АПК,  
*Інститут підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів  
АПК УО «Білоруський державний аграрний технічний університет»;*

**Нохріна Л. А.**

канд. техн. наук, доцент,  
доцент кафедри туризму і готельного господарства;

**Глущенко В. В.**

студент факультету менеджменту,  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова*

## **КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

Забезпечення кваліфікованими кадрами є однією з головних проблем існування та подальшого розвитку туристичної галузі. Структура ринку праці та зайнятості безпосередньо впливає на розвиток туризму [1]. У свою чергу, туризм має великі можливості щодо збільшення кількості робочих місць.

Проблеми забезпечення сфери туризму професійними кадрами є найбільш актуальними з точки зору підвищення конкурентоспроможності українського туристичного ринку на основі поліпшення обслуговування вітчизняних і іноземних туристів якісними туристськими послугами. Сучасний рівень підготовки фахівців свідчить про необхідність удосконалення системи кадрового забезпечення сфери туризму та підвищення рівня професіоналізму працівників. Саме тому в останні роки у науковій літературі все більше уваги приділяється проблемам удосконалення підготовки професійних кадрів у туризмі.

На часі підвищення рівня професіоналізму кадрів розглядається як найбільш важливий чинник створення конкурентоспроможного ринку якісних туристичних послуг [2]. Власне персонал є основою у діяльності підприємств, що задіяні у сфері туризму. В першу чергу це стосується працівників, що контактують із гостем, а також працівників управлінської ланки.

Оцінка якості туристського продукту проходить також і за компетентністю обслуговуючих працівників, їхньою поведінкою і презентабельністю. Ці працівники є візитівкою підприємства, вони повинні добре орієнтуватись в усіх аспектах, із якими може зіткнутися гість під час споживання туристського продукту. Працівник туристського підприємства