

тала / К. Маркс — М.: Политиздат, 1983. — 905 с.

16. Москвін С. Інвестиційний ринок України та проблеми його державного регулювання: [Електронний ресурс] / С. Москвін // Україна фінансова. Інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку. Режим доступу: http://ufin.com.ua/analit_mat/gkr/119.htm

18. Спицнадель В.Н. Основы системного анализа : учеб. пособие / В.Н. Спицнадель. — С.-Пб, 2000. — 326 с.

19. Фролов И.Т. Философский словарь / И.Т. Фролов. — 5-е изд. — М. : Политиздат, 1987. — 590 с.

20. Юдин Э.Г. Системный подход и принцип деятельности : Методологические проблемы современной науки / Э.Г. Юдин. — М. : Наука, 1978. — 391 с.

УДК 339.13: 338.488.2

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЙ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Бортник Л.В.

У статті досліджено попит на послуги готельних підприємств в цілому по Україні та у регіональному розрізі. Проаналізовано основні показники розвитку готельного фонду України: кількість готелів, номерний фонд та одноразову місткість. Розглянуто цінову політику вітчизняних готелів та особливості державного регулювання готельного господарства. Виділено основні тенденції розвитку індустрії гостинності України.

Ключові слова: попит, пропозиція, номерний фонд, одноразова місткість, індекс споживчих цін, ринок готельних послуг.

У сучасній економіці з'явилися тенденції до швидкого розвитку туристичних послуг. Готельне господарство є однією із складових туристської індустрії. Матеріальна база, що призначена для розміщення туристів, посідає одне з перших місць при формуванні туристичної інфраструктури, бо якість проживання та відповідне обслуговування рішуче впливають на рівень туристичного сервісу. А отже, готельна індустрія стає швидко зростаючим бізнесом, що приносить значні грошові надходження до бюджету країни. Формування сучасної індустрії туризму в Україні стримується відставанням у рівні розвитку готельного господарства, яке поки що не повною мірою відповідає попиту як за обсягом номерного фонду, так і за якістю послуг, що надаються. Проте із швидкими темпами інтеграції до європейського суспільства, що пояснюється зручним географічним положенням України, та підвищенням ділової активності країни зростає потреба у більшій кількості готелів. Знаменною подією для туристичної галузі вважається проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи з футболу у 2012 році. Тому саме зараз стає актуальним питання відновлення та приведення готельного господарства країни до європейських стандартів.

Дослідженню сучасного стану ринку готельних послуг присвячені праці вітчизняних і зарубіжних вчених. Найбільш вагомий внесок зробили С.І. Байлик, М.Г. Бойко, С.С. Галасюк, Л.І. Гонтаржевська, О.О. Джанджугазова, Н.М. Кузнєцова, О.О. Любіцева, М.П. Мальська, Г.А. Папірян, Х.Й. Роглев, С.В. Скибінський, Н.В. Чорненко, І.М. Школа та інші. Проте деякі питання, пов'язані з особливостями формування попиту та пропозиції на ринку готельних послуг країни, все ще залишаються невирішеними.

Метою статті є виявлення особливостей правового регулювання готельного господарства на сучасному етапі відносно попиту та пропозиції, що сформувалися на ринку готельних послуг України напередодні проведення Євро-2012.

Станом на 1 січня 2011 року кількість туристів, що були обслуговані підприємствами готельного господарства в Україні, склала 4047,8 тис. чол. [2; с. 491]. Якщо проаналізувати динаміку попиту на готельні послуги за останні п'ять років, то попит на послуги готельного розміщення стрімко зростав до 2008 року (рис. 1). Економічна криза, що припала на кінець 2008 року негативно відобразилася на кількості обслугованих готелями та іншими підприємствами з тимчасового проживання.

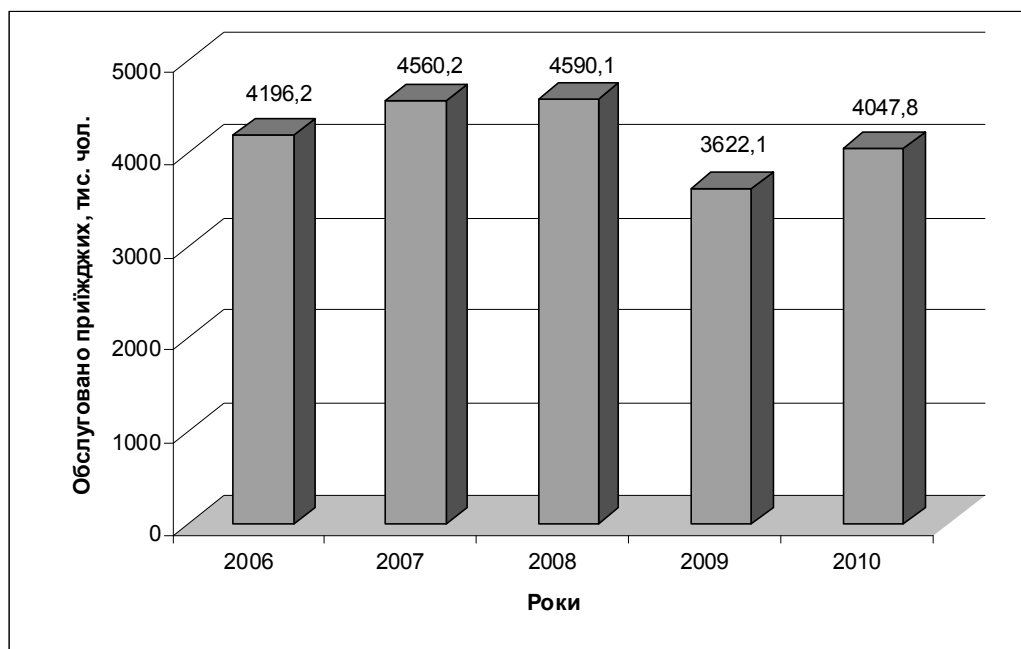


Рис. 1. Кількість приїжджих, обслугованих готельними підприємствами України

Саме тому у 2009 році спостерігалася стрімке падіння кількості обслугованих туристів. В абсолютному значенні цей показник у порівнянні з 2008 роком зменшився на 425,7 тис. чол. На даний момент спостерігається поступове збільшення показника завантаженості готелів у містах України. З початком 2010 року відбувається поживавлення туристичної активності та ріст кількості обслугованих туристів. У 2010 році готельними підприємствами було обслуговано на 11,75% більше туристів, ніж у 2009 році.

Обсяг реалізованих послуг з урахуванням ПДВ підприємствами готельного господарства склав 4248,3 млн. грн. у 2010 році [4; с. 158]. У 2010 році порівняно з 2009 роком темп зростання обсягу реалізованих послуг склав 124,7%.

Аналізуючи попит на готельні послуги в регіональному розрізі, майже половину від усієї кількості туристів (49,7 %) приймають Київська область, Львівська область та АР Крим (табл. 1). Слід зауважити, що на Київський регіон припадає 32,1% від усього обсягу туристичного потоку. Зацікавленістю з боку туристів користуються також Одеська, Харківська, Донецька та Дніпропетровська області.

Згідно з прогнозами експертів, число обслугованих туристів буде збільшуватися, що обумовлюється в першу чергу зростанням ділової активності та проведенням в Україні чемпіонату Європи з футболу у 2012 році. Адже Україна готується прийняти десятки тисяч уболівальників, гостей і учасників цього спортивного заходу. На період проведення чемпіонату Україна має надати 15 555 готельні номери, із них:

- 5630 номерів в готелях категорії п'ять зірок;
- 8895 номерів в готелях категорії чотири зірки;
- 1030 номерів в готелях категорії три зірки.

Стосовно пропозиції на ринку готельних послуг спостерігається стійка тенденція зростання кількості номерного фонду. Згідно з офіційною статистикою, кількість підприємств готельного типу в Україні в 2010 році склала 1731 одиниць на 79833 номерів (табл. 1). При цьому з 1731 закладу класифіковані як готелі 849 підприємств, решта 882 — це мотелі, кемпінги тощо.

Табл. 1.

Порівняльні аналітичні дані підприємств готельного господарства по регіонах України за 2010 рік

Регіони	Кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання		У них номерів		Одноразова місткість		Обслуговано приїжджих	
	одиниць	%	одиниць	%	місць	%	тис. чол.	%
Київська область (враховуючи м. Київ)	189	10,9	11942	15,0	23559	12,6	1298,5	32,1
Донецька область	77	4,4	2928	3,7	5210	2,8	166,5	4,1
Харківська область	42	2,4	1651	2,1	2922	1,6	171,4	4,2
Львівська область	159	9,2	5359	6,7	11910	6,4	353,2	8,7
АР Крим (враховуючи м. Севастополь)	125	7,2	7523	9,4	18788	10,1	362,2	8,9
Дніпропетровська область	121	7,0	6529	8,2	13525	7,2	161,9	4,0
Одеська область	81	4,7	4146	5,2	8342	4,5	207,4	5,1
<i>Усього по Україні</i>	<i>1731</i>	<i>100</i>	<i>79833</i>	<i>100</i>	<i>186621</i>	<i>100</i>	<i>4047,8</i>	<i>100</i>

Слід зазначити, що крім офіційно сертифікованого на вимоги безпеки 1731 готелю, налічується понад 6 тис. фізичних осіб - суб'єктів підприємницької діяльності, які надають послуги з розміщення. Тобто фактично послуги з тимчасового проживання туристів надають близько 8 тисяч закладів у країні.

Динаміку зростання кількості номерного фонду готелів України за останні п'ять років зображено на рисунку 2. В абсолютному значенні у 2010 році порівняно з 2006 роком кількість готельних номерів збільшилася на 26188 одиниць.

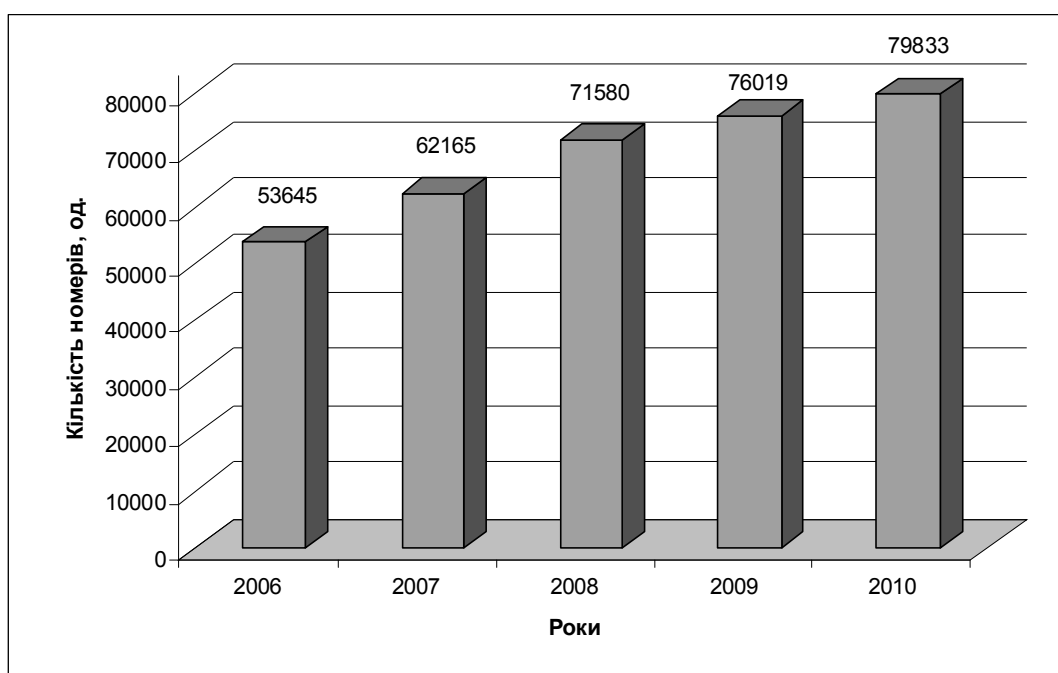


Рис. 2. Динаміка зростання номерного фонду готелів України

Проте показник забезпеченості готельними місцями в Україні все ще залишається дуже низьким. При нормі 10 місць на 1000 осіб в середньому по Україні нараховується лише 4,1 готельних місця. Якщо брати за еталон дану європейську норму, то Україні потрібно 455982 готельних місця замість 186621 існуючих. Для порівняння у Москві показник забезпеченості готельними місцями складає 9,3; у Санкт-Петербурзі - 6,4; у Парижі - 38,4; у Відні - 25,6 [3; с.125].

Недостатня кількість готелів є однією із серйозних перешкод на шляху успішного проведення Євро-2012. Саме тому Постановою Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2010 року №357 було затверджено Державну цільову програму підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу. Державна цільова програма підготовки до Євро-2012 виписує в деталях заходи щодо основних напрямів діяльності, серед яких важливим завданням наголошується будівництво, реконструкція та модернізація готелів. Згідно з цією програмою передбачається створення 327 нових готелів на 11 557 номерів, з них частка новозбудованих складатиме 132 об'єкти, 153 готелі будуть переобладнані, решта – 42 готелі – підлягають модернізації [1].

Орієнтуючись на європейські стандарти і готуючись до прийому Євро-2012, необхідно забезпечити іноземним туристам належний рівень обслуговування відповідно до їхніх побажань і можливостей, а також прийнятих у світі стандартів обслуговування.

На сьогодні в Україні розроблено три національні стандарти для готельного бізнесу: ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги», ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» та ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення», що максимально узгоджений з Європейським стандартом EN № 18513:2003 «Готелі та інші типи розміщення туристів. Термінологія».

Розвиток готельного господарства вимагає створення певного сприятливого правового регулювання. У першому півріччі 2012 року Верховною Радою України планується внести зміни до Закону України «Про туризм» і призначити обов'язковою процедуру встановлення категорій об'єктам туристичної інфраструктури.

На сьогодні із 849 сертифікованих готелів категоризацію на присвоєння зірок пройшли тільки 393 готелі, зокрема 9 п'ятизіркових, 67 чотиризіркових, 317 — одно-, дво- і тризіркових готелів (рис. 3). У решти вітчизняних готелів (53,7%) рівень якості послуг не відповідає заявленим зіркам.

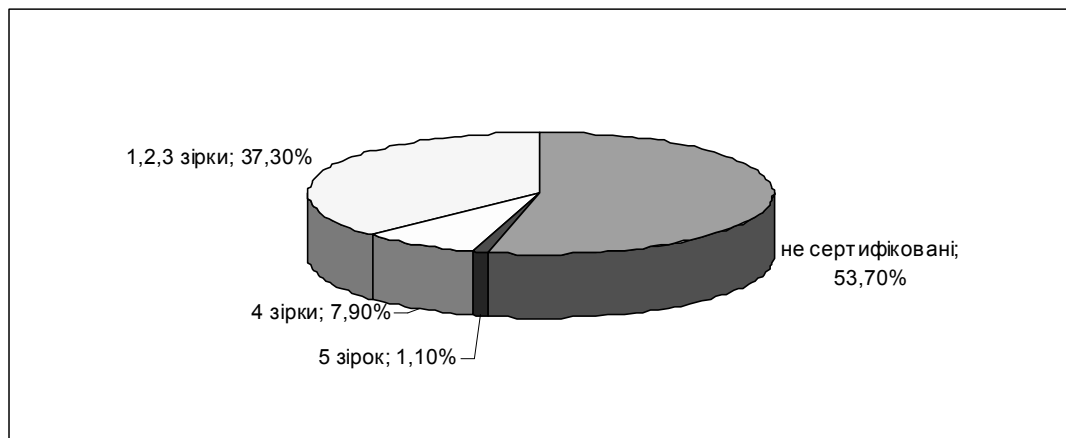


Рис. 3. Структура готельного фонду України за категоріями готелів станом на листопад 2011 року

Ініціатори законопроекту пропонують ввести в Україні систему «Hotelstars Union» («Єдині європейські зірки»). Ця система передбачає присвоєння готелю зірок на основі розроблених 270 єдиних критеріїв, при цьому для кожної категорії готелю необхідна наявність в засобі розміщення обов'язкової комбінації базових критеріїв і певних додаткових критеріїв. На сьогодні така система впроваджена в багатьох країнах Європи.

Гострою проблемою для сучасного ринку готельних послуг є неврегульована цінова політика вітчизняних готелів. Спад попиту на готельні послуги протягом 2009 року позначився на ціновій політиці багатьох вітчизняних готелів. У 2009 році порівняно з 2008 роком індекс споживчих цін на послуги готелів та ресторанів знизився на 12,1%, а у 2010 році порівняно з 2009 роком – на 8,9%.

Проте ціни на готельне розміщення в Україні все ще залишаються дуже високими, та за різними підрахунками експертів в 2-3 рази вищі від середньоєвропейських. Якщо, наприклад, у Москві вартість номеру в тризірковому готелі становить 70 євро, у Варшаві – 90 євро, то в Києві такий номер у новому готелі може коштувати 120 євро.

Для поліпшення інвестиційного клімату владою було введено податкові пільги для підприємств готельного бізнесу. З 2011 року український парламент звільнив нові готелі категорій три, чотири, п'ять зірок від сплати податку на прибуток протягом десяти років, якщо вони реконструйовані, побудовані та введені в експлуатацію до 1 вересня 2012 року. Вітчизняна готельна галузь стає невід'ємною складовою світового готельного господарства. У період з 2007 по 2010 роки дев'ять міжнародних готельних ланцюгів оголосили свої наміри вийти на ринок готельних послуг України: Accor Group, Hilton Hotels Corporation, InterContinental Hotels & Resorts, Fairmont Hotels & Resorts, Radisson SAS, Starwood Hotels & Resorts, Marriott International, Kempinski Hotels та Wyndham Hotel Group. Станом на 1 грудня 2011 року реалізовано наступні проекти: п'ятизіркові готелі Hyatt Regency, Radisson SAS та InterContinental, чотиризірковий готель Radisson Blu та тризірковий готель Ibis в м. Києві; чотиризірковий готель Four Points by Sheraton в м. Запоріжжі, чотиризірковий готель Ramada в м. Донецьку. Безумовно, проведення футбольного чемпіонату – це можливість показати привабливість нашої країни як туристичної дестинації. Але крім багатой історичної та культурної спадщини потрібна наявність високорозвиненої туристичної інфраструктури, серед якої готельні підприємства посідають провідне місце. Тому на сучасному етапі розвитку туристична інфраструктура потребує значних довготермінових інвестицій.

До основних тенденцій розвитку ринку готельних послуг, на наш погляд, слід віднести:

1. зростання кількості готелів туристичного класу;
2. реконструкцію існуючого готельного фонду, що обумовлено дефіцитом вільних земельних ділянок для забудови у великих містах;
3. вихід на ринок міжнародних готельних ланцюгів та розширення їхньої мережі;
4. покращення якості обслуговування у вітчизняних готелях через посилення конкуренції.

ВИСНОВКИ

Постійно зростаючі туристичні потоки та очікування великої кількості відвідувачів та учасників Євро-2012 зумовили необхідність приділення більшої уваги з боку державних органів влади до питання відновлення готельного господарства. На сьогодні ринок готельних послуг України характеризується незадоволеним попитом та обмеженою пропозицією. За європейськими мірками Україні не вистачає 269361 готельних місць. 53,7% вітчизняних готелів не пройшли процедуру категоризації на присвоєння зірок. Матеріально-технічна база великої частини готелів є фізично та морально застарілою і не відповідає міжнародним стандартам.

Проте, слід виділити сприятливе правове регулювання готельного господарства на сучасному етапі його розвитку. Оскільки Україна позиціонує себе як європейська держава, то ми вважаємо доцільним впровадження обов'язкової категоризації засобів розміщення на основі системи «Єдині європейські зірки», що націлена на підвищення рівня якості готельного обслуговування та позитивно впливатиме на популяризацію нашої країни серед європейських туристів.

Наступною позитивною рисою є введення податкових пільг для готельних підприємств. Податкові пільги, в свою чергу, сприятимуть залученню значних інвестицій в готельне господарство. Підвищення інвестицій в готельне господарство: по-перше, дозволить оновити вітчизняний готельний фонд за рахунок нових і відреконструйованих об'єктів; по-друге, важливим придбанням стане нормальний розвиток ринку готельних послуг, який отримає нові готелі різних категорій, що допоможе виправити ситуацію з завищеним рівнем цін на готельні послуги; по-третє, удосконалення матеріально-технічна база сприятиме зростанню обсягу туристичних потоків та становленню конкурентоспроможного готельного бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження Державної цільової програми підготовки та проведення в Україні фінальної

частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу: Постанова Кабінету Міністрів України від 14.04.2010 р. № 357, із змінами, внесеними згідно з Постановою Кабінету Міністрів України від 09.11.2011 № 1146: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: — <http://portal.rada.gov.ua>

2. Статистичний щорічник України за 2010 рік. — К.: ТОВ «Август Трейд», 2011. — 560 с.

3. Туризм і ресторанний бізнес: сучасні тенденції та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф.: [тези доповідей] / відп. ред. А.А. Мазаракі. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. — 350 с.

4. Україна у цифрах у 2010 році: стат. зб. — К.: Державний комітет статистики України, 2011. — 252 с.

УДК 339.13.017=161.1

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Веретехин А.В.

В статье рассматривается значение маркетинговых исследований, как эффективного инструмента управления современным предприятием. Дан краткий анализ методов, процесса и порядка проведения изысканий.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые исследования, тактический и стратегический маркетинг, методы изучения рынка, Retail-Audit, сбор и анализ данных, управленческое решение.

Основная задача системы управления маркетингом - обеспечить производство товаров, привлекательных с точки зрения целевых сегментов рынка. Однако успех рыночного менеджмента зависит от деятельности подразделений предприятия, от действий посредников, конкурентов и различных контактных аудиторий. В условиях современной украинской экономической ситуации создание и развитие бизнес-проектов предполагают тщательный подход к предварительному изучению состояния рынков. Основой будущих успехов компании при этом являются маркетинговые исследования. Они являются одним из основных инструментов, обеспечивающим составление корректной схемы ситуационных реалий. На их основе вырабатывается план необходимых мероприятий и принимаются управленческие решения. Маркетологу необходимо выработать в себе навыки проведения систематических наблюдений, которые при постоянном их применении могут стать мощным источником первичной качественной информации.

Целью статьи является уточнение термина «маркетинговые исследования», рассмотрение схемы и составляющих этого процесса, обзор современных методов и научного опыта по теме работы и определение направления проведения эффективных рыночных изысканий в современных экономических условиях Украины.

Один из теоретиков современного менеджмента Питер Дракер определил цель маркетинга так: «Цель маркетинга - сделать продажи постоянными. Цель - знать и понимать клиентов настолько хорошо, чтобы продукт или услуга подходили им и продавались сами» [22, с.56]. Руководителю предприятия следует учитывать, что в связи с развитием маркетинга, как науки, представления о методиках продаж в значительной мере эволюционировали. Логика и практический опыт подсказывают, что реклама и продвижение товаров и услуг не могут игнорироваться - они должны быть частью системы, работа которой направлена на удовлетворение пожеланий клиентов. Мероприятия по увеличению и стабилизации покупательского спроса достигнут максимальной эффективности в том случае, если сначала будут определены потребности, нужды и интересы клиентов, а затем будут предложены адекватные по цене товары и услуги.

По мнению классика науки о маркетинге Ф. Котлера, маркетинговые исследования – система-