

Вище зазначене дає підставу наголосити на тому, що аудит маркетингової діяльності спрямований на:

- виявлення проблем у маркетинговій діяльності, які призводять до втрат продуктивності й ефективності діяльності підприємства;
- забезпечення економічності фінансових і продуктивності трудових ресурсів за рахунок вибору найбільш ефективної маркетингової стратегії;
- визначення основних рекомендацій, особливо у випадках, коли керівництво, ще не обрало свою нішу, або ще не визначилось і не мають достатнього досвіду для цього.

Отже, при проведенні аудиту підприємство може визначити свої переваги та мати вигоди. Оскільки при перевірці від самого початку робиться акцент на чітко поставлених і погоджених цілях, за результатами перевірки стає зрозумілим, чи обраний шлях є ефективним і прибутковим. Таким чином, проведене дослідження дозволяє зробити висновки, що аудит маркетингової діяльності є ефективним, особливим і ключовим фактором у регулюванні та контролі за діяльністю під-

приємств. Він дає можливість вчасно виявити недоліки в роботі підприємства, ефективно їх усунути, тому є стратегічною методологічною основою для проведення змін у діяльності підприємства. У сучасних ринкових відносинах, аудит маркетингової діяльності повинен стати невід'ємною частиною будь-яких підприємств, які орієнтуються на досягнення стабільності, фінансової незалежності та матеріальної задоволеності їх працівників.

Отже, питання проведення аудиту маркетингової діяльності залишається досить дискусійним і потребує подальших досліджень, глибокого вивчення основ і впровадження результатів на практиці.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Романченко Н. В. Напрями оптимізації маркетингової політики в умовах кризи / Н. В. Романченко // Теоретичні основи та сучасні моделі розвитку національної економіки в умовах інтеграційних процесів : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., 4–5 груд. 2009 р. – Т. : [б. в.], 2009. – С. 69–70.

УДК 640.41(477)

## ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

А. С. Капліна

Готельне господарство – важливий сектор у структурі туризму, що, в свою чергу, є одним із перспективних напрямків зовнішньоекономічної діяльності країни і її регіонів. Відомо, що на частку туристичного бізнесу припадає 7 % загальносвітового експорту товарів і послуг, що в абсолютному вираженні поступається тільки прибуткам від експорту нафти, нафтопродуктів і автомобілебудування. Розвиток регіонального готельного бізнесу буде сприяти створенню спеціальних малих і середніх підприємств, а також активізації і стимулюванню роботи цілої мережі галузей економіки: бу-

дівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, транспорту та зв'язку, формуванню сучасної кадрової політики в регіоні та поетапному виходу регіонального туристичного та готельного бізнесу як на загальнодержавний, так і на світовий рівень туристичних і готельних послуг.

Існує значна кількість публікацій, які відображають цілий ряд аспектів розвитку готельного господарства, де, як правило, розглядаються теоретичні, методологічні та методичні підходи до дослідження розвитку готельної

сфери України та положень ефективності регіонального туризму до дослідження розвитку готельної сфери України.

Нині розширюється спектр послуг готельних комплексів, які надають клієнтам можливості щодо їх розміщення, а також широкий комплекс інших послуг, наприклад, харчування в ресторані при готелі, надання залів для проведення нарад, придбання квитків на транспорт, виклик таксі, екскурсійне обслуговування, організація розваг, торгівля сувенірами та іншими товарами.

Україна посідає одне з помітних місць в Європі щодо наявності унікальних туристичних і курортно-рекреаційних ресурсів. Останніми роками спостерігається зростання обсягів виробництва, незважаючи на наявність багатьох невирішених проблем у галузі [2].

Результати аналізу вказують на погіршення стану матеріально-технічної бази підприємств готельної індустрії. Так, близько 30–50 % грошових витрат туристів припадає на готельні послуги. Однак в Україні ця сфера не розвинута належним чином, у результаті чого у ВВП частка готельного господарства становить близько 13 %. Специфіка готельних послуг зумовлює велику питому вагу основних засобів. Вивчення структури майна готельних підприємств столиці виявило такі характерні співвідношення його елементів: на основні засоби припадає 83 % загальної вартості майна, а на оборотні – лише 17 % [7].

В Україні матеріальна база більшості готелів не відповідає новим вітчизняним і зарубіжним стандартам. Понад 80 % готельних будівель потребують ремонту, номери – реконструкції і переоснащення, технологія обслуговування – автоматизації та комп'ютеризації. На сьогодні для готельного господарства нашої країни характерний високий рівень зношення основних фондів, тому що більшість готелів України були побудовані та введені в експлуатацію ще в 70–80-х рр. Програмою розвитку туризму року передбачено побудувати ще 78 нових об'єктів на 15700 місць і провести реконструкцію 61 об'єкта на 21500 місць. Але збільшення кількості підприємств не сприятиме вирішенню проблеми розвитку цієї галузі. В першу чергу необхідно здійснити ре-

конструкцію чинних підприємств, підвищити рівень обслуговування. Це стосується і стану туристичного ринку. На сьогодні в Україні існує близько 3 тис. підприємств, які отримали ліцензії на туристичну діяльність. За офіційними даними, 75 % із них займаються туристичною діяльністю за сумісництвом [7].

Наскільки якісним є стан матеріальної бази підприємств готельного господарства, свідчать такі дані: в Україні відсутні готелі категорії «п'ять зірок» (вищого класу), а готелів категорії «чотири зірки» тільки 3. Таке становище не сприяє залученню до України західних туристів, які звикли до комфортабельних умов проживання. За даними держкомстату України за п'ять останніх років рівень завантаження підприємств готельного господарства зменшився в 2,1 рази.

Якість же обслуговування (а отже, і обсяг туристичних послуг) залежить від професіоналізму, кваліфікації, досвіду персоналу підприємств у цій галузі. Хоча спостерігаються певні зрушення в цій галузі: проводиться підготовка спеціалістів вищими закладами освіти акредитованими за III та IV рівнями, однак результати спостережень показали, що підприємства готельного господарства і туризму очолюють люди, які не мають відповідної підготовки. До того ж, ціни на послуги готельного господарства досить високі порівняно з низькою якістю останніх. Темпи зростання цін на готельні послуги в Україні набагато перевищують світові. Тому стратегія готелів в Україні повинна передбачати гнучкішу політику цін на основі глибокого вивчення попиту. Це є однією з причин того, що іноземний капітал не інвестується в туристичну галузь. Однак вони характеризуються поєднанням надто високих цін з європейським стилем, рівень завантаження в цих готелях у середньому втричі перевищує рівень завантаження на підприємствах готельного господарства, які функціонують без залучення іноземних інвестицій [3].

Державний комітет України по туризму підрахував, що завдяки праці кожного, хто зайнятий у галузі готельного господарства, щорічні відрахування до державного бюджету становлять 4500 грн. Туризм забезпечує підґрунтя для господарського піднесення держа-

ви. Так, кожен із туристів, який прибуває до України, витрачає протягом однієї мандрівки від 520 до 600 дол. на готель, харчування, екскурсії, сувеніри.

Однак на сучасному етапі можна виділити цілий ряд причин, які гальмують розвиток туристичної галузі в Україні, серед них: високі податки; невирішеність питань із приватизації землі та захисту приватного капіталу; недостатня державна підтримка суб'єктів малого підприємництва; відсутність системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності у сфері послуг; недосконалість системи навчання та перепідготовки кадрів для туристичної галузі та її інфраструктури; високий рівень злочинності у вітчизняному бізнесі; висока візова вартість і довгий термін отримання візи; низький рівень сервісу; невпевненість туристів в отриманні якісних послуг, а також взагалі в існуванні такого підприємства.

Іноземні інвестори проявляють зацікавленість, однак їх стримує високий податковий тиск, нестабільність нормативної бази. Введення в дію Закону України «Про туризм» відкрило нові перспективи для подальшої роботи щодо реформування галузі туризму. Механізм реалізації положень закону стала Державна програма розвитку туризму в Україні на період до 2011 р. Передбачено, зокрема, збільшити прийом іноземних туристів у 2,5 рази, а валютні надходження у 4 рази, довівши їх до 1 млрд дол.

Для розвитку інвестиційного співробітництва велике значення має стан саме інвестиційного законодавства. Прийнятий у 1996 р. Закон України «Про режим іноземного інвестування» сприяє врегулюванню основних питань інвестиційного процесу.

Основним позитивним моментом законодавчої бази, що регулює процес залучення іноземних інвестицій в Україну, є державні гарантії захисту іноземних інвестицій. Цьому питанню присвячено Закони України «Про режим іноземного інвестування», «Про інвестиційну діяльність» і Угоди про сприяння та взаємний захист інвестицій, укладені Україною з рядом держав.

Нині в Україні діє законодавча база, якою регулюється питання надання гарантій, ін-

вестиційних пільг і пріоритетів для іноземних інвесторів. Так, державні гарантії захисту іноземних інвестицій встановлено розділом IV Закону України «Про іноземного інвестування». Для іноземних інвесторів на території України встановлюється національний режим інвестиційної та іншої господарської діяльності за винятками, передбаченими законодавством України та міжнародними договорами України. Для підприємств з іноземними інвестиціями, які створюються і працюють у спеціальних (вільних) економічних зонах і на територіях пріоритетного розвитку, встановлюється сприятливіший режим господарської діяльності відповідно до чинного законодавства України.

Правове регулювання іноземних інвестицій в Україні здійснюється не тільки національним законодавством, також існують міжнародні договори України з деякими країнами про сприяння та взаємний захист іноземних інвестицій, завдяки яким може застосовуватися пільговий, відмінний від національного, режим. Питанню інвестиційного співробітництва і в подальшому приділятиметься значна увага, що сприятиме подальшому залученню іноземних інвестицій в економіку нашої держави.

До причин, які заважають залученню іноземних інвестицій в економіку України, можна віднести те, що у багатьох країнах іноземні інвестори недостатньо поінформовані про стан і перспективи економіки України, в деяких країнах немає навіть чіткого уявлення про Україну як про суверенну державу [6].

Отже, політика розвитку готельного господарства набуває масштабності, її мета – створення конкурентного готельного продукту, що дасть змогу забезпечити пропозицію широкого спектра послуг, збільшити обсяги в'їзного та внутрішнього туризму, зростання бюджетних надходжень. Ця тенденція поширюється на всі готельні підприємства незалежно від організаційно-правової форми власності та відомчого підпорядкування. Удосконалення сучасної інфраструктури туризму визнано одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки на державному та муніципальному рівнях. У цьому разі стратегічним напрямом

стає не тільки розважально-рекреаційний, а й діловий туризм.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанов И. Т. Экономика туризма : учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 297 с.
2. Байлик С. И. Гостинничное хозяйство: Проблемы, перспективы, сертификация : учеб. пособие / С. И. Байлик. – К. : Альтер-прес, 2001. – 208 с.
3. Волков Ю. Ф. Технология гостинничного обслуживания / Ю. Ф. Волков. – М. : Феникс, 2003. – 386 с.
4. Карсекін В. Проблеми розвитку готельного господарства в Україні / В. Карсекін, Т. Ткаченко // Економіка України. – 1996. – № 6. – С. 84–91.
5. Левковська Л. Стан та перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу в Україні / Л. Левковська, Р. Чабан, Г. Мухін // Економіка України. – 2003. – № 6. – С. 44–48.
6. Мунін Г. Б. Особливості та напрями вдосконалення фінансово-оперативного аналізу діяльності готельного бізнесу / Г. Б. Мунін // Формування ринкових відносин в Україні. – 2003. – № 10. – С. 108–114.
7. Основні показники роботи готелів України за 2003 рік. – К. : [б. в.], 2004. – 60 с.

УДК 65.011.8:658.0+330.141

## ВИМІР І НАСЛІДКИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

**В. О. Гетьманський**

Необхідність дослідження ефективності фінансово-економічної діяльності підприємств обумовлена перш за все використанням сучасними науковими колами методів розрахунку відносних показників діяльності, порівняльного аналізу й аналізу девіації (рідше структурного) абсолютних чи визначених якісних показників діяльності та відсутністю факторного аналізу змін в умовах економічного розвитку. Додамо, що, відштовхуючись від факторів розвитку підприємства, здебільшого всі зміни ефективності функціонування виступають похідним результатом від зміни екстенсивних та інтенсивних показників діяльності підприємства. Саме тому якісні фактори економічного розвитку відіграють більш важливу роль у розвитку підприємства, особливо під час скорочення ділового циклу й економічного спаду. Незважаючи на це, досі не обґрунтовано методику дослідження та оцінки інтенсифікації діяльності підприємства в умовах еконо-

мічного розвитку, що й зумовило вибір даного напрямку дослідження.

Аналіз останніх досліджень доводить, що сьогодні серед науковців і практиків немає єдиного підходу щодо оцінки та розрахунку показників інтенсифікації діяльності підприємства. Окремі положення щодо оцінки інтенсифікації діяльності викладено у працях В. Д. Герасимової, І. Н. Дрогобицького, класиків Б. Коласса та С. Фішера, але лише у світлі типів розвитку – інтенсивного та екстенсивного, без дослідження інтенсифікація в економіці. Так, наприклад Б. І. Майданчик у [3] подає визначення, яке базується на основних поняттях планової економіки. При цьому хибною є думка про те, що економічна інтенсифікація визначається лише процесом виробництва та, що «інтенсивний розвиток виробництва при капіталізмі направлений на збільшення прибутку капіталістів при зростанні інтенсивності праці». Автор [3] також наводить приклад інтенсифікації – зростання вартості необорот-