

Источники и литература

1. Портер, М. Международная конкуренция : Пер. с англ./ Под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
2. Porter M., Schwab K. World Economic Forum, Global Competitiveness Report, 2008-2009. – P.500. Режим доступа: <<http://www.wef.org>>.
3. Garelli S. Competitiveness of nations: the fundamentals [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <[http://www.responsiblecompetitiveness.org/site/article_files/Harvard International Review C-September2008.pdf](http://www.responsiblecompetitiveness.org/site/article_files/Harvard%20International%20Review%20C-September2008.pdf)>.
4. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики\ Пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.З. Мильнера. – М.: Фонд экономической книги “Начала”, 1997. – 180 с. – (Современная институционально-эволюционная теория).
5. Williamson O. The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead *Journal of Economic Literature*. – 2000. – №38(3). – P. 595-613.

Горіна Г.О.**УДК 338.488.2:640.4****ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ**

Готельний бізнес є основною складовою туристичної галузі України. Розвиток внутрішнього та міжнародного туризму значною мірою пов'язаний з рівнем матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розгалуженістю та різноманітністю їх мережі, якістю та обсягом послуг, пропонованих готельним господарством [1]. У сучасних умовах розвитку туризму особливої актуальності набуває питання розвитку готельної індустрії, яка виконує одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів – забезпечує їх житлом і побутовими послугами під час подорожі. Значення готельного бізнесу полягає і в тому, що ця галузь формує об'єм робіт для туризму, транспорту, роздрібної торгівлі, суспільного харчування, страхування, культури та мистецтва, архітектури та проектування, екскурсійного обслуговування, рекламної індустрії [2].

Дослідженню тенденцій та перспектив розвитку готельного господарства України приділяється в наш час значна увага. Так, Вітавська Г.П. ті Тупкало В.М. розглядають проблеми та тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні, пропонують шляхи удосконалення системи управління готельним комплексом на базі стратегії розширення бізнесу, Опанашук Ю.Я. аналізує сучасні проблеми розвитку готельного господарства України, вирішення яких дозволить йому стати провідним фактором стимулювання туризму, Бойко М. досліджує методичні засади реструктуризації підприємств готельного господарства, Петренко Л.А. розглядає вплив фінансових ринків на інвестування підприємств готельного господарства. Отже, у роботах вітчизняних і зарубіжних вчених досліджуються важливі теоретичні і практичні аспекти розвитку готельного господарства України, разом з тим, потрібно зазначити, що сучасні тенденції та перспективи розвитку готельної індустрії України розглядаються фрагментарно.

Метою роботи є дослідження основних тенденцій розвитку готельної індустрії України.

Географічне положення України сприяє розвитку туризму, а отже і готельної справи держави. Особливості географічного положення України полягає у тому, що Україна розташована на перехресті транспортних та туристичних потоків з Європи в Азію. Будучи європейською державою, вона на заході межує з країнами Центральної і Західної Європи, з якими є значні можливості для розширення всебічних зв'язків, а на півночі і сході з Росією, з якою існують історичні, економічні та культурні зв'язки. Відносна близькість країни до Казахстану, країнам Закавказзя, Середньої Азії та Близького Сходу також являє собою значні можливості для економічного співробітництва. Положення України між Чорноморським та Балтійським басейнами забезпечує зв'язки з країнами цих регіонів.

Маючи сприятливе географічне положення для розвитку туризму та готельної індустрії на сьогоднішній день Україна займає одно із останніх місць у списку європейських країн по кількості готелів. В Україні на тисячу мешканців припадає у середньому два готельних номери, тоді як у Європі цей показник складає не менше 14-18 [3]. Кількість готелів в Україні у порівнянні з визнаними туристичними центрами країн світу незначна. У Великобританії, наприклад, функціонує близько 26 тис. готелів [2]. За даними держкомстату України у 2007 р. кількість підприємств готельного типу склала 1420 одиниць. (табл. 1).

Чисельність готельних підприємств в Україні починаючи з 1995 р. по 2004 р. скоротилася на 204 готелю, і тільки з 2005 р. цей показник почав збільшуватися, найсуттєвіший ріст кількості готелів відбувся у 2007 р., темп приросту склав 10,64 % у порівнянні з 2006 р. Подібна ситуація відбувається із з місткістю готелів, так починаючи з 2003 р. спостерігається чітка тенденція до збільшення кількості номерів в готелях, так їх чисельність протягом 2003-2007 рр. зросла на 11753 одиниць, що становить 18,91%.

Таке збільшення чисельності підприємств готельного типу та номерного фонду на протязі 2002-2007 рр. пов'язано з ростом об'ємів в'їзного туризму і значним підвищенням завантаженості існуючих готелів. Активізація розвитку готельного та туристичного бізнесу пов'язана також з певними сприятливими факторами: прийняттям Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 рр., покращенням законодавчої бази у цілому для туризму та готельної справи, розробкою серії постанов Кабінету Міністрів, спрямованих на розвиток туризму, відміною готельного збору, бюджетним фінансуванням програм по розвитку туризму [4]. Усі ці тенденції призвели до збільшення об'ємів в'їзного туризму з 6,4 млн. чол. у 2000 р. до 25,4 млн. чол. у 2008 р. (рис. 1)

Таблиця 1. Готелі та інші об'єкти тимчасового розміщення в Україні

	Кількість підприємств готельного типу	Кількість номерів	Житлова площа всіх номерів, тис. м ²
1995 р.	1396	62360	1032,3
2000 р.	1308	51012	949,1
Зміна, %	-6,3	-18,19	-8,06
2001 р.	1258	49966	947,9
Зміна, %	-3,82	-2,05	-0,12
2003 р.	1218	50412	997,8
Зміна, %	-3,17	0,89	5,26
2004 р.	1192	50414	1012,2
Зміна, %	-2,13	0,004	1,44
2005 р.	1232	51686	1072,4
Зміна, %	3,35	2,52	5,94
2006 р.	1269	53645	1120,2
Зміна, %	3,00	3,79	4,46
2007 р.	1420	62165	1313,6
Зміна, %	10,64	13,71	14,73



Рис. 1. Динаміка туристичних потоків в Україні

Отже, проаналізувавши дані, щодо кількості іноземних громадян, які відвідали Україну з 2000 р. до 2008 р. можна зробити висновок, що спостерігається чітка тенденція збільшення туристичного потоку. Так тільки з 2006 р. по 2007 р. кількість відвідувачів країни збільшилась з 18,9 млн. чол. до 23,1 млн. чол. відповідно, що дорівнює 22,1%. Аналізуючи кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України зазначимо, що найбільшої своєї чисельності цей показник досягнув у 2007 р. (28,6 млн. чол.), а на початку аналізованого періоду він становив 20,1 млн. чол. Необхідно відмітити тенденцію достатньо інтенсивного зростання цього показника починаючи з 2004 р., так за період 2004-2007 рр. кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України збільшилась на 972 тис. чол., що складає 34%.

Серед міст України найбільша кількість готелів припадає на Львів, у 2007 р. їх кількість становила 128 одиниць, тоді як у Києві – 123 одиниці, їх кількість збільшилась у порівнянні з 2006 р. на 18 (14,07%) і 6 (4,88%) одиниць відповідно. На третьому місці Дніпропетровськ 107 готелів (10924 номерів), далі йдуть Ніколаєв 84 готелю (11235 номера), АР Крим 83 готелю (14012 номера) та Луганськ 83 одиниці (4722 номера) [5].

Проте ніхто наразі не може гарантувати повну достовірність наведених даних про кількість готельних номерів в Україні. Це пов'язано з бурхливим розвитком приватного готельного бізнесу на тлі виникнення ринкових відносин в економіці країни. Як в курортних регіонах (в Криму та в Карпатах), так і в історико-культурних центрах (Києві, Львові тощо), а також вздовж автомобільних трас з'являються готелі, пансіони та мотелі різної місткості та з різним рівнем комфортності. Кількість готельних закладів змінюється практично щомісячно, тому навести точні дані щодо кількості готельних місць в цілому по країні поки що неможливо [6].

Для заохочування туристів у конкретний регіон чи місто України необхідно створювати позитивний туристичний імідж. Маркетингові завдання міста на ринку туризму наступні: збільшення кількості іноземних туристів із конкретної країни чи її регіону; збільшення об'ємів внутрішнього туризму, в т.ч. із

конкретних регіонів; збільшення об'ємів затрат середньостатистичного туриста; розширення рамок сезону [7]. Для координації маркетингових зусиль в готельному та туристичному бізнесі на новому якісному рівні необхідна системна маркетингова політика місцевої, центральної влади та бізнесу.

Швидка інтеграція України в світову готельну індустрію пов'язана з виходом на національний ринок міжнародних готельних мереж. Головним фактором, який привертає в Україну закордонні компанії, які займаються готельним бізнесом, залишається низький рівень насичення ринку та високий попит на готельні послуги. На сьогодні в Україні діють готелі під управлінням двох міжнародних готельних операторів – Rezidor Hotel Group (Бельгія) та Hyatt Hotels (США), та турецької мережі Rixos. Також на український готельний ринок бажають ввійти такі міжнародні готельні мережі як Marriott, Hilton, Hyatt, Sheraton, Holiday Inn, Accor та інші. В Україні є одна національна готельна мережа Premier Hotels, якою керує компанія Premier International Ltd. У складі мережі Premier Hotels входять сім готелів – “Ореанда” в Ялті, “Лондонський” в Одесі, “Стар” в Мукачевому, “Космополіт”, “Аврора” в Харкові, “Прем'єр Палас” у Києві, “Дністер” во Львові. Крім формування першої національної готельної мережі в останні роки в Україні було зроблено ще декілька заявок на створення управліючих компаній для декількох груп готелів чи на просування готельних марок. Ярко виявлена корпоративна ідентичність готелів «Донбас Палас» (м. Донецьк) і «Опера» (м. Київ) дозволяє говорити о існуючому ядрі ще однієї потенційної мережі високого рівня [4]. Ці два готелі входять до складу всесвітньої готельної організації – The Leading Hotels of the World, яка представляє більше 430 готелів у 80 країнах світу, загальний потенціал яких перевищує 80 тис. номерів. The Leading Hotels of the World пропонує членам асоціації глобальну мережу та інфраструктуру продаж і маркетингу під міжнародним брендом. Готелі, які входять до складу асоціації зберігають неповторний індивідуальний характер, отримуючи усі переваги від приєднання до бренду Leading Hotels.

Вихід закордонних готельних операторів на український ринок проходить у більшості випадків по західній схемі. Вона передбачає, що оператор не займається безпосередньо побудовою готелю, а укладає контракт строком на двадцять років з компанією-девелопером і здійснює управління об'єктом. Основними перевагами такого співробітництва для українського девелопера є використання всесвітнього відомого бренду, який символізує високий рівень якості для кінцевого споживача та потенційних інвесторів. Вигода оператора при співробітництві з українською компанією є в використанні її знаній специфіки місцевого ринку. Це дозволяє реалізувати проект у більш коротші строки з меншими затратами та ризиками [3].

Серед факторів які повинні позитивно впливати на розвиток готельної індустрії держави потрібно відмітити проведення в Україні фіналу чемпіонату Європи по футболу. За даними Ради по питанням туризму та курортів, у відповідності з вимогами УЄФА к 2012 р. в Україні повинно з'явитися 34 нових готелю. Вісімнадцять із них припадає на сегмент 4-5 зірок, а шістьнадцять – на більш дешевшу категорію. Припускається, що на будівництво готелів вищого сегменту знадобиться 300 млн. дол. Однак проведення Євро-2012 не буде вирішальною подією в розвитку готельної індустрії, його цінність полягає в підвищенні інвестиційного іміджу України та туристичному потенціалу країни у майбутньому.

Таким чином, на підставі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. географічне та геополітичне положення держави сприяє розвитку всебічних зв'язків України з європейськими, азійськими та африканськими країнами, що в свою чергу збільшують туристичні потоки, а отже й сприяє розвитку туристичної та готельної індустрії;

2. прийняття Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 рр., покращення законодавчої бази у цілому для туризму та готельної справи, розробка серії постанов Кабінету Міністрів, спрямованих на розвиток туризму, відміна готельного збору, бюджетне фінансування програм по розвитку туризму призвело до активізації розвитку готельного та туристичного бізнесу, так починаючи з 2004 р. простежується чітка тенденція збільшення готелів та їх номерного фонду, кількість іноземних громадян, які відвідали Україну у 2008 р. збільшилась на 74,74 % у порівнянні з 2000 р.;

3. вихід міжнародних готельних мереж на ринок України та створення національних мереж обумовлено високою рентабельністю готельного бізнесу, низьким рівнем насичення ринку та високим попитом на готельні послуги. На сьогоднішній день в Україні діють готелі під управлінням двох міжнародних готельних операторів – Rezidor Hotel Group (Бельгія) та Hyatt Hotels (США), та турецької мережі Rixos. В Україні є одна національна готельна мережа Premier Hotels, якою керує компанія Premier International Ltd. У складі мережі Premier Hotels входять сім готелів, які розташовані в різних містах України;

4. для розвитку готельної індустрії України необхідно створювати позитивний туристичний імідж конкретного регіону чи міста, це може відбуватися за допомогою позиціонування міста як центра регіональної чи світової економічної активності, міста-легенди, в якому збереглися унікальні культурні пам'ятники історії та яке зв'язано з історичними особистостями та подіями та ін. Системна маркетингова політика місцевої та центральної влади може привертати мільйони туристів, що у свою чергу буде підштовхувати інвесторів будувати нові готелі в Україні, а отже розвивати готельну індустрію в цілому.

Джерела та література

1. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент [Текст] навчальний посібник / Л.І. Нечаюк, Н. О.Нечаюк – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.
2. Опанащук, Ю.Я. Развитие гостиничного хозяйства в Украине: тенденции и перспективы [Текст] / Ю.Я. Опанащук // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2004. – №3. – С. 70-72
3. Исакова, Д. Пришествие звезд [Текст] / Д. Исакова // Инвестгазета. – 2008. – №15. – С. 34-36
4. Гостиничная индустрия Украины. Прошлое. Настоящее. Будущее. [Текст] // Гостиничный и

- ресторанный бизнес. – 2008. - №3. – С. 10-20
5. Державний комітет статистики України: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>
 6. Тупкало, В.М., Вітавська Г.П. Стратегія розвитку готельного бізнесу в Україні // Економіка та держава. – 2007. - №4.- С. 43-44
 7. Маркетинг городов как туристических центров и их инвестиционный имидж [Текст] // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. - №4. – С. 18-25

Гончаров В.М., Горова О.А.

УДК 658.12

РОЗВИТОК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Постановка проблеми. Ефективна діяльність підприємств у довгостроковій перспективі, забезпечення стійких темпів розвитку і підвищення їх конкурентоспроможності значною мірою визначаються рівнем управління інвестиційною діяльністю. Коло питань, що вирішується цим видом функціонального управління підприємством, досить широке, оскільки інвестиційні рішення пов'язані з усіма видами виробничо-господарської діяльності підприємства і стадіями його життєвого циклу та формують перспективу його динамічного розвитку. Інвестиційна діяльність властива будь-якому підприємству, оскільки вона є одним із найважливіших аспектів його розвитку. Проте для сучасних підприємств характерне різке зниження активності інвестиційних процесів, особливо в зовнішньоекономічній сфері.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблеми підвищення інвестиційної привабливості і активності підприємств, їх джерел і фінансових важелів стимулювання досить складні і багатопланові. У наукових працях вітчизняних учених (Н.І. Верхоглядова, Л.І. Білоусова, Л.А. Костирко, Л.І. Белоусова, А.М. Антіпов, П.В. Круш, С.В. Мних) досліджено різні аспекти цієї проблематики [1-5]. Великий внесок у розвиток і формування інвестиційних механізмів зробили вітчизняні вчені М. Чумаченко, О. Амоша, С. Аптекар.

Метою статті є наведення результатів дослідження з розвитку управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства.

Основний матеріал дослідження. Незважаючи на значний внесок учених у формування теоретичних і методологічних основ управління інвестиційною діяльністю, у виконаних дослідженнях не знайшли достатнього відбиття питання, пов'язані із специфікою управління інвестиційною діяльністю в умовах обмеженості фінансових ресурсів і оцінки можливостей залучення інвестицій за джерелами. Відсутня критеріальність в оцінці впливу факторів, що визначають активність цієї діяльності, і систематизація послідовності дій з розробки інвестиційної стратегії підприємств.

Інвестиційний розвиток містить значний потенціал економічного зростання, але сам по собі не веде автоматично до позитивних соціально-економічних результатів. Підвищити ефективність може орієнтована на відтворювальний процес інвестиційна політика з урахуванням стратегічних цілей, пріоритетів і специфіки національної економіки. Інвестиції стають найважливішим ресурсом виробництва, капіталом, з одного боку, і продуктом, товаром – з іншого. Зміст інвестиційної діяльності підприємства виявляється в єдності всіх її елементів, властивостей, внутрішніх процесів, зв'язків, суперечностей і тенденцій. Тому інвестиційну діяльність підприємства слід розглядати як сукупність заходів економічного, фінансового, комерційного і організаційного характеру, що здійснюються учасниками інвестиційного процесу з метою пошуку необхідних інвестиційних ресурсів, раціонального формування їх структури, вибору найефективніших об'єктів для інвестування, а також розробки збалансованої інвестиційної програми (інвестиційного портфеля) і забезпечення її реалізації.

Відокремлюють основні підходи до визначення інвестиційних процесів: класичної політичної економіки; концепції Й. Шумпетера і його послідовників; теорії циклів і кон'юнктури Кондратьєва; теорії ендогенного зростання; неокласичних і еволюційних теорій. Інвестиційна діяльність і управління її організацією мають найбільшу віддачу при органічному поєднанні концептуальних положень теорії інвестицій та інвестиційного менеджменту.

Трансформаційній економіці притаманні нестабільний стан економіки, низькі рівні доходів підприємств і розвитку корпоративного капіталу, що зрештою призводить до низького рівня заощаджень і формування інвестиційних ресурсів. Змінюється сама модель економічного розвитку, і цей процес вимагає свого теоретичного і методологічного забезпечення. Недостатня розробленість та життєздатність сучасних концептуальних підходів до управління інвестиційною діяльністю підприємств є однією з причин її низької активності.

Кожна з теоретичних моделей результативна на певному етапі і має певний життєвий цикл. Щоб економіка підприємства розвивалася стало, необхідно своєчасно міняти ці моделі. Для інвестування проектів, як правило, використовують комбіновані джерела фінансування, як зовнішні, так і внутрішні. Основна проблема у сфері мобілізації фінансових ресурсів полягає у виборі найоптимальнішого співвідношення між власними і позиковими коштами.

Виходячи з цього необхідно визначити раціональну структуру джерел фінансування інвестицій і відібрати ті проекти, які їй відповідають. На основі проведеного аналізу виявлено проблеми інвестування інноваційних проектів і шляхи їх вирішення.

Незважаючи на достатньо широку популярність і відносну дослідженість окремих елементів системи