

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОСТІ

Випуск 14

Матеріали

*Всеукраїнської науково-практичної конференції
“Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку
економіки України в умовах європейської інтеграції”
м. Київ, МАУП, 28 травня 2015 р.*

Київ
ДП “Видавничий дім “Персонал”
2015

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 4 від 15.04.15)*

Редакційна колегія:

А. М. Подоляка (голова), д-р юрид. наук, проф.;
А. А. Ігнатченко (заступник голови), канд. техн. наук;
О. В. Баєва, д-р біол. наук, проф.;
І. П. Бідзюра, д-р політ. наук, проф.;
М. Ф. Головатий, д-р політ. наук, проф.;
В. Б. Захожай, д-р екон. наук, проф.;
А. С. Лисецький, д-р екон. наук, проф.;
К. В. Муравйов, канд. юрид. наук, доц.;
І. П. Розпутенко, д-р наук держ. упр., проф.;
Л. В. Романова, д-р екон. наук, проф.;
В. Є. Сафонова, д-р екон. наук;
Г. П. Ситник, д-р наук держ. упр., проф.;
Ю. П. Сурмін, д-р соц. наук, проф.;
Н. М. Чернуха, д-р пед. наук, проф.

Матеріали подано в авторській редакції.

Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.

Становлення і розвиток української державності : [зб. наук. пр.] /
МАУП. — К.: ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2008 —

С76 Вип. 14: Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. “Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку економіки України в умовах європейської інтеграції”, 28 травня 2015 р. / редкол.: А. М. Подоляка (голова) [та ін.]. — 2015. — 258 с. : іл. — Бібліогр. у кінці ст.

У пропонованому збірнику подано тези учасників науково-практичної конференції, присвяченої проблемам і перспективам соціально-економічного розвитку України в умовах європейської інтеграції.

Для науковців і громадсько-політичних діячів, студентів, а також усіх, хто цікавиться розвитком Української держави.

ББК 63.3(4УКР)я43+67.9(4УКР)301я43

ЗМІСТ

Захожай В. Б. <i>Актуальні питання підготовки фахівців з інформаційно-аналітичного забезпечення управління</i>	7
Баєва О. В. <i>Міжнародний досвід фінансування охорони здоров'я</i>	10
Романова Л. В. <i>Формування конкурентоспроможного маркетингового потенціалу як стратегічний напрям розвитку промислових підприємств</i>	16
Сурмин Ю. П. <i>Обоснование общей теории реформ</i>	21
Сафонова В. Є. <i>Теоретичні основи маркетингового супроводу освітніх послуг</i>	26
Юлдашев О. Х., Бочков П. В. <i>Розвиток некомерційної господарської діяльності як одна з умов наближення до європейських стандартів</i>	32
Аль-Тмейзі А. Ю. <i>Сучасна реклама як напрям розвитку маркетингових комунікацій</i>	36
Амбросенко О. П. <i>Методологія розробки стратегії розвитку сільських територій на рівні регіону</i>	39
Баєв В. В. <i>Розвиток медичного туризму в умовах світової інтеграції охорони здоров'я</i>	43
Бєлокоз О. І. <i>Оцінка клієнтського капіталу торговельних підприємств</i>	49
Бовш Л. А. <i>Перспективи розвитку готельного бізнесу в умовах європейської інтеграції</i>	53
Варениченко Л. Л. <i>Теоретичні основи формування концепції розвитку економіки України</i>	58
Власенко О. О. <i>Управління процесом формування депозитної бази банків в умовах макроекономічної нестабільності</i>	62
Дорошенко Л. С. <i>Формування регіональних ринків праці як напрям регіонально-адміністративного менеджменту</i>	65
Каліна І. І. <i>Комунікативні аспекти ефективності реклами в Україні</i>	70
Карбовська Л. О. <i>Маркетинг в управлінні діяльністю ВНЗ України</i>	73

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Україна завжди прагнула до незалежності, маючи самобутню історію Трипільської держави та Київської Русі. Але так склалося в подальшому, що вона весь час була частиною якоїсь країни: Османської імперії, царської Росії, Австро-Угорщини, Польщі тощо. Слід зазначити, що найліпші умови з урахуванням традиційного побуту та культури забезпечувались Австро-Угорщиною. Отже, досвід інтеграції в України є, але гіркий досвід — споживацького ставлення до природних ресурсів і людей, як дешевої робочої сили. Сьогодні змінюються менталітети, згладжуються національні відмінності — суспільство уніфікується, тому в інтересах нашої країни якщо не увійти в склад Європейського Союзу (ЄС), то знайти точки дотику.

Важко оцінити позитивні ефекти від членства України в ЄС, маючи досвід проблемних Греції, Італії, Іспанії та Португалії. Притягування фінансових систем до єдиного банківського стандарту призвело до криз в цих країнах. А в Україні основна проблема — це відсутність якісного державного регулювання, що впливає на розтрату ключовими особами владних структур всіх грошових потоків: починаючи з коштів держбюджету і закінчуючи вливаннями міжнародних (світових) фінансових організацій. Єдиний вихід — оптимізувати структуру влади, позбавляючись “зайвих” ланок, та жорсткий контроль в руках однієї відповідальної особи, яка представляє країну та контролює очільників областей. Так, на нашу думку, в цьому плані позитивним досвідом може виступати організація законодавчої і виконавчої влади в США як шлях до суттєвих реформ та “економічного дива”.

Загалом, ми дотримуємося міркувань щодо користі співпраці економічної і політичної. Саме співпраці, а не залежності, що є наслідком вступу до складу ЄС. На користь цього може виступати відміна візового та спрощення митного режиму, що поліпшить рух туристичних та грошових потоків, підвищить якість товарів та послуг. А готельні підприємства — підійме до рівня євро стандартів.

Але зараз не про це. Актуальним у сьогоднішніх умовах є дослідження існування та перспектив реального бізнесу. Ключовими капіталоутворюючими галузями, що забезпечують робочі місця та значну частку ВВП, в багатьох країнах є туризм та його інфраструктурний елемент — готельні під-

приємства. На тлі військово-політичної кризи, внаслідок якої населення збідніло і не може активно подорожувати, а іноземці бояться за своє життя, перспективи вимальовуються погані. Тому туристичний потік невпинно скорочується, особливо в Києві: у 2013 році зовнішніх туристів було 1 млн. 215 тис., в поточному році за 9 місяців — 704 тис. осіб. В той же час, внутрішніх туристів — 651 тис. осіб і 406 тис. осіб [6]. Потік в Одеській області показав зниження на 15 %. Львівська область і місто Львів раніше мали постійне зростання. Зараз відмітили спад, але незначний — на 5 % [1]. В даних умовах господарювання власники готелів змушені скорочувати витрати, так як вплинути на збільшення числа клієнтів практично неможливо.

На фоні макроекономічної кризи позитивним є орієнтація вітчизняних туроператорів на продаж турів по типу “все включено” вітчизняних готельних підприємств розвинутих рекреаційних регіонів і зон, зокрема Одеської, Львівської та Івано-Франківської областей. Ці туристичні кластери приваблюють не лише туристів, а й інвестиції. Так, до початку 2015 р. Інспекція державного архітектурно-будівельного контролю у Львівській області зареєструвала 18 декларацій про готовність до експлуатації нових споруд готельної сфери. Крім того, зареєстровано 13 декларацій про початок виконання будівельних робіт на об’єктах готельно-відпочинкової сфери, а також 41 декларацію про готовність об’єктів до експлуатації та 27 декларацій про початок виконання будівельних робіт закладів громадського харчування та об’єктів придорожного сервісу. Отже Львівський регіон лишається інвестиційно привабливим в плані розвитку туризму [2]. Проте, зважаючи на катастрофічні ризики, інвестори надають перевагу вкладанню коштів в готельний бізнес Польщі, Словенії тощо, тобто до інших європейських країн, що спеціалізуються на окремих туристичних напрямках [2]. Тобто, розраховувати варто лише на власні сили та можливості.

За словами провідних маркетологів, навіть непрості часи можна використовувати з користю для справи. Отелюерам краще дотримуватися стратегії спокою і стабільності, покращувати свій сервіс і впроваджувати політику лояльності до клієнтів. Кризові часи закінчаться і готелі, які гідно з ними впоралися, матимуть сприятливі умови розвитку.

На підтвердження цього проведемо аналітичну оцінку та визначимо вектор стратегії для підприємств готельного господарства. Так, на основі методики визначення факторного впливу В. В. Пастухової [7, с. 385] адаптуємо модель і визначимо стратегію розвитку готельних підприємств.

На основі вивчення ключових критеріїв за кожною групою складається матриця спрямованих базових стратегій (пропонуються відповідно до базових стратегій — інноваційні стратегії) в системі координат SPACE і будується вектор позиції підприємств готельного господарства. Положення вектора визначає тип рекомендованої стратегії. Для деяких показників, що не піддаються вартісному виміру застосовано експертну оцінку показників за певними ключовими критеріями на рівні: вищий бал = 100, нижчий = 1 (табл. 1).

**Оцінка критеріїв за методом SPACE для підприємств
готельного бізнесу [3–6]**

Критерії	Показник	Вага	Зважена оцінка
Фінансова сила підприємств (ФС)			
Рентабельність інвестицій, %	-28,5	0,3	-8,55
Динаміка прибутку, %	-122	0,3	-36,6
Рівень фінансової стійкості	1,44	0,4	0,56
Загальна оцінка критерію			-44,59
Конкурентоспроможність підприємств (КП)			
Частка підприємств в економіці (% ВВП)	1,5	0,2	0,3
Конкурентоспроможність послуг (експертна оцінка)	20	0,4	8
Продовження табл. 1			
Рентабельність реалізації продукції (послуг), %	-6,83	0,4	-2,73
Загальна оцінка критерію			5,57
Привабливість економіки (ПЕ)			
Рівень прибутковості економіки, %	-0,48	0,4	-1,92
Ступінь впливу політичних факторів (експертна оцінка)	80	0,3	24
Залежність розвитку галузі від кон'юнктури (експертна оцінка)	30	0,3	9
Загальна оцінка критерію			31,08
Стабільність економіки (СЕ)			
Стабільність економіки (Грошова база / Кредитні зобов'язання)	19,1	0,5	9,55
Рівень розвитку інноваційної діяльності в економіці (місце у світовому рейтингу)	63	0,3	18,9
Маркетингові та рекламні можливості (експертна оцінка)	30	0,2	6
Загальна оцінка критерію			34,45

Після отримання зважених оцінок ключових критеріїв, наступним етапом SPACE-аналізу є побудова вектору рекомендованої стратегії підприємства в системі координат SPACE, що показано на рис. 2.

Початок вектору заходиться в точці початку координат, кінець вектору знаходиться в точці з координатами (ф. 1, ф. 2):

$$y = ПЕ - КР \quad (1)$$

де ПЕ — привабливість економіки, КП — конкурентоспроможність підприємств;

$$X = ФС - СЕ \quad (2)$$

де ФС — фінансова сила, СЕ — стабільність економіки.

Відповідно для підприємств готельного господарства координати дорівнюють:

$$X = 31,08 - 5,57 = +25,51;$$

$$Y = -44,59 - 34,45 = -79,04.$$

Вектор рекомендованої базової стратегії розвитку для готельних підприємств знаходиться в правому нижньому квадранті, що відповідає стратегії “Тигр” (базова стратегія диверсифікації). Основні фактори, що обумовлюють вибір даної стратегії: ринки для здійснюваного бізнесу знаходяться в стані насичення або ж скорочення попиту на послуги.

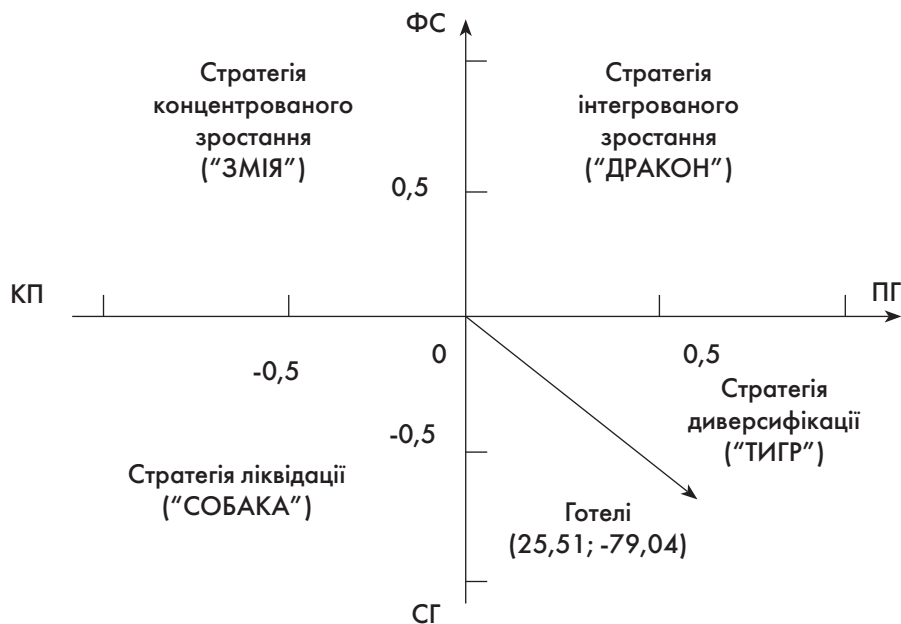


Рис. 2. Базові стратегії готельного бізнесу в системі координат SPACE

Тому рекомендаціями буде очікування в традиційному бізнесі та пошук додаткових видів діяльності, що мають достатній рівень ліквідності та забезпечують антикризові протидії.

Підсумовуючи вищевикладене, слід вважати бажаними інтеграційними процесами економічну і політичну співпрацю. Крім того, сприятливою була б тенденція відміни візового режиму, що відкриє кордон для розвитку туризму та суміжних галузей, зокрема готельного господарства. Проте, сьогодні руйнація економіки на тлі конфлікту на сході та анексія Криму, млява політика європейських країн щодо підтримки у війні з Росією повинна поставити під сумнів наш Уряд про доцільність іншого роду співпраці і вступу до ЄС загалом.

Література

1. Готельний ринок України: стан та перспективи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://realt.aviso.ua/uk/news?id=b0a31638-a89c-47d2-b80a-109234314216>
2. Інвестиційний клімат в Україні змушує готельний бізнес йти до Європи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://newsradio.com.ua/2013_07_05/nvestic-jnij-kl-mat-v-Ukra-n-zmushu-gotelnij-b-znes-jti-do-vropi-ekspert/
3. Статистичні дані економіки країни [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
4. Основні макропоказники економічного і соціального розвитку України на 2015 рік за прогнозами Мінекономрозвитку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://govuadocs.com.ua/docs/124/index-19195-3.html>
5. Готельний ринок України: стан та перспективи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://realt.aviso.ua/uk/news?id=b0a31638-a89c-47d2-b80a-109234314216>
6. Україна в світових рейтингах 2014 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/media/photogallery/26788600.html>
7. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством в умовах нестабільності зовнішнього середовища: дис. доктора екон. наук: 08.06.01 / Пастухова Валентина Володимирівна. — К., 2003. — 406 с.