

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА**

**С. А. Александрова,  
Л. В. Оболенцева,  
В. Ю. Світлична**

# **ЕКОНОМІКА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК**



**Харків  
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова  
2022**

УДК 338.488.2:640.4(075.8)

A46

**Автори:**

**Александрова Світлана Анатоліївна**, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

**Оболенцева Лариса Володимирівна**, доктор економічних наук, професор кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

**Світлична Вікторія Юріївна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

**Рецензенти:**

**Писаревський Ілля Матвійович**, доктор економічних наук, професор кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

**Кузьминчук Наталія Валеріївна**, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

*Рекомендовано до друку Вченою радою ХНУМГ ім. О. М. Бекетова,  
протокол № 10 від 24 червня 2022 р.*

**Александрова С. А.**

A46 Економіка готельно-ресторанного господарства : навч. посібник / С. А. Александрова, Л. В. Оболенцева, В. Ю. Світлична ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 142 с.

Навчальний посібник відповідає програмі курсу «Економіка готельно-ресторанного господарства».

З метою формування у студентів загального уявлення про економічні процеси на різних рівнях, розуміння системи господарювання та її основних законів, у навчальному посібнику розглядаються базові економічні поняття та дефініції. Проаналізовано роль та функції готельно-ресторанного сектора в економічній системі. Розглянуто актуальні питання з економіки готельно-ресторанного господарства, досліджено деякі аспекти функціонування підприємств цієї галузі.

Навчальний посібник призначений для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа, аспірантів, фахівців готельних та ресторанных підприємств, а також усіх, хто цікавиться питаннями економіки готельно-ресторанного господарства.

**УДК 338.488.2:640.4(075.8)**

© С. А. Александрова, Л. В. Оболенцева, В. Ю. Світлична, 2022

© ХНУМГ імені О. М. Бекетова, 2022

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	6
1 ОСНОВИ ЕКОНОМІКИ СФЕРИ ПОСЛУГ (ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА).....	7
1.1 Наукові погляди на предмет економіки. Основні етапи розвитку економічної думки.....	7
1.2 Рівні економічної структури .....	11
1.3 Туризм та готельно-ресторанне господарство як соціально-економічні системи .....	12
1.4 Поняття «туристський продукт», «готельний продукт», «ресторанний продукт».....	17
Контрольні запитання і завдання.....	20
2 СФЕРА ПОСЛУГ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В ЕКОНОМІЦІ СВІТУ ТА УКРАЇНИ .....	22
2.1 Сфера послуг у світовій економіці.....	22
2.2 Сервіс як послуга, класифікація видів послуг.....	23
2.3 Вплив туризму на економіку держав.....	24
2.4 Мультиплікативний ефект туризму.....	27
2.5 Економічне середовище й умови функціонування підприємств туризму та готельно-ресторанного господарства.....	30
2.6 Фактори, що впливають на економіку галузі готельно-ресторанного господарства.....	34
Контрольні запитання і завдання.....	37
3 ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ. ОСНОВНІ МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПОКАЗНИКИ.....	39
3.1 Національна економіка як середовище функціонування готельно-ресторанного господарства.....	39
3.2 Типи національних економік (економічних систем).....	45
3.3 Типи ринкових структур.....	47
3.4 Основні макроекономічні показники національної економіки.....	51
3.5 Суспільний добробут у системі макроекономічних показників та його вплив на розвиток готельно-ресторанного господарства.....	53
3.6 Макроекономічна роль туризму та готельно-ресторанного господарства.....	54
Контрольні запитання і завдання.....	55
4 ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ТА КРИЗ.....	57
4.1 Сучасне світове господарство.....	57
4.2 Циклічність як форма розвитку економіки.....	60
4.3 Економічне зростання національної економіки.....	62

4.4 Кризові явища в економіці. Туризм і готельний бізнес в умовах пандемії та невизначеності.....	64
Контрольні запитання і завдання.....	67
<b>5 ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ: БЕЗРОБІТТЯ, ІНФЛЯЦІЯ, ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА.....</b>	<b>68</b>
5.1 Макроекономічна нестабільність: сутність, причини.....	68
5.2 Безробіття: сутність та його вплив на стан національної економіки .....	68
5.3 Інфляція, її види (форми), причини та наслідки.....	71
5.4 Тіньова економіка та її вплив на готельно-ресторанне господарство .....	73
5.5 Вплив держави на національну економіку.....	77
Контрольні запитання і завдання.....	79
<b>6 МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ РІВЕНЬ ГОСПОДАРСЬКОЇ СИСТЕМИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА. ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА.....</b>	<b>81</b>
6.1 Основні поняття та принципи мікроекономіки.....	81
6.2 Попит, пропозиція, їхній взаємозв'язок.....	81
6.3 Еластичність та її вплив на прийняття рішень у готельно-ресторанному господарстві.....	86
6.4 Ринкова рівновага.....	89
6.5 Теорія і аналіз поведінки споживачів підприємств готельно-ресторанного господарства.....	89
Контрольні запитання і завдання.....	92
<b>7 ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ ЯК ОСНОВА ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ.....</b>	<b>95</b>
7.1 Потреби, ресурси та економічний вибір .....	96
7.2 Туристське споживання (використання).....	99
7.3 Фірма – головний суб'єкт ринкових відносин.....	101
7.4 Підприємницька діяльність у туризмі та готельно-ресторанному господарстві.....	102
Контрольні запитання і завдання.....	106
<b>8. ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>108</b>
8.1 Підприємство: мета, функції та основні ознаки.....	108
8.2 Теорії (концепції) підприємства.....	112
8.3 Сучасні теорії та моделі розвитку підприємства.....	115
Контрольні запитання і завдання.....	120

9 ПІДПРИЄМСТВО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	121
9.1 Суб'єкти господарювання .....	121
9.2 Підприємство: сутність, функції, завдання.....	122
9.3 Класифікація підприємств.....	124
9.4 Створення (відкриття) підприємства.....	127
9.5 Державне регулювання діяльності підприємств.....	128
Контрольні запитання і завдання.....	128
10 ВИРОБНИЧІ СИСТЕМИ ТА ПРОЦЕСИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	129
10.1 Підприємство як складна виробнича система.....	129
10.2 Принципи раціональної організації виробничого процесу...	133
10.3 Виробнича структура підприємства, її види і характеристика.....	133
10.4 Управління підприємством: поняття, завдання і принципи...	134
Контрольні запитання і завдання.....	137
СПИСОК ДЖЕРЕЛ .....	138

## ВСТУП

З метою забезпечення ефективної діяльності суб'єктів господарювання, можливістю використовувати весь спектр економічних інструментів управління підприємством, керівники всіх рівнів повинні мати уявлення про економічні процеси на макро-, мезо- та мікрорівнях, розуміння системи господарювання та її основних законів.

У навчальному посібнику розглядаються базові економічні поняття та дефініції. Проаналізовано роль та функції готельно-ресторанного сектора в економічній системі. Розглянуті актуальні питання з економіки готельно-ресторанного господарства, досліджено аспекти створення та функціонування підприємств цієї галузі.

Набуті знання сприятимуть умінню прийняття економічних рішень у ринкових умовах, що дозволить у майбутньому студентам вести професійну діяльність у сфері готельно-ресторанного господарства (далі – ГРГ), розуміти та використовувати економічні закони, які діють на ринку послуг ГРГ.

Викладений матеріал підготовлений на підставі висновків та рекомендацій економічної та управлінської наук.

Кожна тема закінчується контрольними питаннями, наприкінці наведений список рекомендованої літератури.

# 1 ОСНОВИ ЕКОНОМІКИ СФЕРИ ПОСЛУГ (ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА)

## 1.1 Наукові погляди на предмет економіки. Основні етапи розвитку економічної думки

Економіка – одна з найдавніших наук, яка виникла в античному суспільстві й спочатку мала назву «економія». Слово «економія» грецького походження: «oikos» – «будинок», «nomos» – «правило, закон», звідси «економія» – правила ведення домашнього господарства.

Вважається, що поняття «економія» ввів грецький філософ Ксенофонт (444–356 рр. до н. е.), який написав першу роботу по економіці «Економікос». Він зазначав: «економія – це наука, за допомогою якої можна збагачувати своє господарство», отже, предметом вивчення економії був добробут домашнього господарства (питання про те, як зробити домашнє господарство більш багатим).

Зустрічався цей термін і у відомих філософів того часу – Аристотеля (384–322 рр. до н. е.) і Платона (427–347 рр. до н. е.).

Як самостійна наука економічна теорія почала формуватися з XV ст.

Із виникненням централізованих держав у XV–XVI ст. з'явилися спроби визначити правила ведення не окремого господарства, а державного. Предмет економічної теорії розширився до багатства національного господарства, а основним питанням, яке цікавило економістів того часу, стало: «Чому одні країни багаті, а інші ні? У чому причина багатства народів?».

У цей період економічна теорія стала називатися політичною економією (грец. polis – місто, держава). Поняття «політична економія» увів у 1615 р. французький економіст Антуан де Монкретьєн, основною працею якого є «Трактат про політичну економію».

**Політична економія** (грецьк. politicos + oiconomia – мистецтво державного управління господарством) – наука, сферою інтересів якої є соціально-економічні відносини, економічні закони, що формуються на різних стадіях розвитку людського суспільства в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ.

Із розвитком господарського життя суспільства протягом кількох століть змінювалися уявлення про причини і джерела багатства народів, основні економічні вчення наведені на рисунку 1.1.



Рисунок 1.1 – Основні економічні учення

Першим економічним ученням XVI–XVIII ст. про причини багатства народів став **меркантилізм** (італ. mercante – торговець).

**Ідеологія меркантилізму:**

- багатство нації – це дорогоцінні метали;
- джерело багатства – це торгівля, переважно зовнішня;
- праця продуктивна лише в тих галузях виробництва, які працюють на експорт;
- держава повинна заохочувати експорт, забезпечувати монополії вітчизняним комерсантам і запобігати конкуренції;
- зростання населення є необхідним для підтримання низького рівня заробітної плати та високого рівня норми прибутку.

Представники: Антуан де Монкретьєн (1576–1621 рр.), Томас Ман (1571–1641 рр.), Жан Батист Кольбер (1619–1683 рр.).

Поступово уявлення про багатство народів змінювалося. Джерелом багатства почали вважати не сферу обігу, а сферу виробництва. У той час більшість держав залишалися аграрними, тому й виробництво ототожнювали з сільським господарством. Так виникла школа **фізіократів** (грец. physis – природа, kratos – влада) у Франції наприкінці XVII ст. – початку XVIII ст. Фізіократи вважали, що багатство нації – земля, а джерело багатства – сільське господарство.

Головна ідея фізіократів – економічний лібералізм, тобто принцип невтручання «laissez faire» (фр. «не заважай», «нехай все йде як йде»). Вважалося, що державне втручання в економіку має бути мінімальним, а держава лише встановлює правила взаємодії і контролює їхнє дотримання.

Представники: Франсуа Кене (1694–1774 рр.), Анн Робер Жак Тюрго (1721–1781 рр.).

Як джерело багатства держави представники **англійської класичної політекономії** (XVIII–XIX ст.) розглядали працю у сфері матеріального виробництва. «Природа – мати, а праця – батько всякого багатства» (У. Петті).

Величезний внесок у розвиток економіки зробив **Адам Сміт** (1723–1790 рр.), він **уперше систематизував економічні знання**. А. Сміт вважається основоположником класичної економічної науки. У своїй роботі «Дослідження про природу і причини багатства народів» (1776 р.) А. Сміт розвинув трудову теорію вартості, створив вчення про ринок і конкуренцію, був прихильником невтручання держави в економіку, довів, що в умовах ринку люди керуються власними інтересами.

З ім'ям А. Сміта пов'язаний вираз **«невидима рука ринку»**. Ця метафора, відповідно до твердження А. Сміта, означає, що в економіці вільного ринку окремі індивіди, керуючись власними інтересами, спрямовуються як би «невидимою рукою» ринку (законами вільного ринку) і їхні дії мимоволі (незалежно від того, бажають вони того чи ні) забезпечують інтереси інших людей і суспільства загалом.

На початку другої половини XIX ст. політична економія розпалася на дві гілки: **політична економія пролетаріату (зокрема марксизм) і неокласична економічна теорія**.

**Політична економія пролетаріату** – це наука про виробничі відносини в їхньому нерозривному зв'язку з продуктивними силами. К. Маркс створив теорію трудової вартості, увів поняття «додаткової вартості», вважав, що саме витрати суспільної праці визначають вартість товару. Він є автором наукової праці з політичної економії «Капітал. Критика політичної економії» (1867 р.).

**Основна ідея марксизму:** додатковий продукт створюється лише працею найманого робітника, а присвоюється власником капіталу. Це привласнення є експлуатацією і соціальною несправедливістю, позбутися від яких робочий клас може лише в результаті соціалістичної революції і ліквідації приватної власності. Ці ідеї було втілено деякими країнами, але досвід був невдалим.

Паралельно з марксизмом в 70-х роках XIX століття виник **маржиналізм** (фр. *marginal* – «граничний, крайній»). Представники цього вчення вбачали завдання політичної економії в пошуках найбільш ефективних способів розподілу обмежених ресурсів і раціонального господарювання. Саме представники цього наукового напрямку відмовляються від терміна «**політична економія**» на користь «**економікс**» (першим це зробив Вільям Джевонс, а потім Альфред Маршалл).

Основні представники: Карл Менгер (1840–1921 рр.), Ойген фон Бем-Баверк (1851–1914 рр.), Фрідріх фон Візер (1851–1926 рр.), Вільям Стенлі Джевонс (1835–1882 рр.), Леон Вальрас (1834–1910 рр.).

З ім'ям **Альфреда Маршалла** (1842–1924 рр.) пов'язують виникнення **неокласичного напрямку** в економіці та мікроекономіці. Його основною працею є «Принципи політичної економії» («Принципи економікс»), що була створена у 1890 р.

**Економісти-неокласики** зосередили свою увагу на проблемі задоволення потреб людини.

Наприкінці XIX століття **економіка** перетворилася в суспільну науку про способи використання обмежених ресурсів, необхідних для задоволення безмежних потреб людей.

Іншим напрямком економічної теорії є **монетаризм**. Монетаристи розглядають взаємозв'язок між станом економіки і кількістю грошей в обігу. Одним із представників цього напрямку є лауреат Нобелівської премії з економіки М. Фрідман, основними працями якого є «Нариси позитивної економіки» та «Капіталізм і свобода».

Економічна теорія XX століття пов'язана з ім'ям англійського економіста Дж. Кейнса (1883–1946 рр.) і напрямком **кейнсіанства**. У 1936 році Джон Мейнард Кейнс опублікував свою роботу «Загальна теорія зайнятості, відсотка і грошей». Аналізуючи дії ринкового механізму, він прийшов до висновку, що ринок не в змозі самостійно впоратися з такими глобальними явищами, як криза, монополізація, безробіття, інфляція, кількістю грошей в обігу тощо. Для вирішення цих проблем автор обґрунтував необхідність державного втручання в ринкову економіку, створивши тим самим **теорію змішаної економіки**.

Дж. Кейнс вважається одним із основоположників **макроекономіки** як самостійної дисципліни.

**Інституційна економіка** (лат. institutum – установа, institutio – звичай), виникла також у ХХ столітті як реакція на нездатність маржиналізму вирішити соціальні проблеми. Основна ідея інституціоналізму полягає в тому, що характер економічного розвитку визначає не ринок сам по собі, а вся система економічних інститутів (соціальні програми, профспілки, держава, закон, право та ін.).

Представники: Гостейн Веблен (1857–1929 рр.), Уеслі Мітчел (1874–1948 рр.), Макс Вебер (1864–1920 рр.), Джон Гелбрейт (1908–2006 рр.), Вернер Зомбарт (1863–1941 рр.), Гуннар Мюрдаль (1898–1987 рр.).

Уявлення про причини і джерела багатства народів постійно змінювалися. Проте завжди як перед суспільством, так і перед кожною окремою людиною постає проблема раціонального вибору напрямків і способів розподілу обмежених ресурсів між різними цілями. Способи вирішення цієї проблеми і складають **предмет економічної науки**.

## 1.2 Рівні економічної структури

Велике практичне значення має економічна ідеологія (система економічних ідей, понять і теорій), адже на її основі формується економічна політика держави.

**Економічна політика** – це цілеспрямована система заходів держави, яка забезпечує вирішення економічних проблем і досягнення економічних цілей.

Сутність економічної політики залежить від того, яка саме економічна ідеологія закладається в її основу.

**Економікою** називають спосіб організації діяльності людей, спрямованої на створення благ, необхідних для споживання. Це наука, яка досліджує, як люди використовують наявні обмежені ресурси для задоволення своїх необмежених потреб у життєвих благах.

В економічному житті присутні три головні учасники: сім'ї, фірми (комерційні підприємства) і держава. Усі вони взаємодіють між собою, координуючи свою діяльність.

«Економіка» як наука досліджує різні проблеми поведінки людей в тих чи інших господарських ситуаціях. Головною економічною проблемою людства є відносна безмежність людських потреб і обмеженість економічних ресурсів (праці, капіталу, природних ресурсів та підприємницького таланту) задля задоволення цих потреб. Це змушує людей робити вибір, зіставляючи цінність обраних благ і ту ціну, яку доводиться платити.

Рівні аналізу економіки можуть бути найрізноманітнішими. В економічній теорії виділяють такі основні рівні, як мікроекономіка та макроекономіка.

#### **Рівні економічної теорії:**

– **мікроекономіка** (від грец. micros – малий) пов’язана з господарською діяльністю окремих економічних суб’єктів (фірм, домогосподарств, споживачів, виробників);

– **макроекономіка** (від грец. macros – великий) пов’язана з функціонуванням національної економіки загалом, вивчає економічні процеси на рівні суспільства, відповідає на питання «як багатіє держава»;

– **мезоекономіка** (від грец. mezos – середній) вивчає поведінку суб’єктів у різних галузях народного господарства, наприклад, у готельно-ресторанному господарстві, туризмі або на рівні регіону;

– **світова економіка** розглядає устрій світового господарства в сучасних умовах.

### **1.3 Туризм та готельно-ресторанне господарство як соціально-економічні системи**

У сучасній науковій літературі часто зустрічається словосполучення «індустрія гостинності», проте досі не склалося однозначного розуміння його сутності. Деякі автори ототожнюють поняття «індустрія гостинності», «індустрія туризму», «індустрія дозвілля», «готельна індустрія».

Слово «гостинність» (hospitality) походить від старофранцузького «хоспіс» (hospice), тобто «місця, у якому мандрівники можуть отримати дах над головою і їжу». **Гостинність** – універсальна традиція повсякденно-побутової культури, відповідно до якої демонструють привітності і турботу про гостя. З **наукового погляду** вона визначає систему заходів і порядок їхнього здійснення задля задоволення побутових, господарських і культурних потреб гостей туристських підприємств, їхнього завбачливого обслуговування шляхом наданням низки послуг. Комплекс означених послуг надається підприємствами індустрії гостинності.

Щодо питання співвідношення індустрії гостинності та індустрії туризму думки вчених розділилися. Деякі з них вважають, що індустрія гостинності є частиною туризму і відповідає за розміщення і харчування туристів, вона також охоплює галузі, діяльність яких пов’язана з розважальними заходами.

Прихильники другого підходу вважають, що індустрія гостинності об'єднує туризм, ресторанний і готельний бізнес, відпочинок і розваги.

У світовій теорії і практиці для туристської, готельної індустрії й індустрії гостинності спільним є те, що ці види економічної діяльності функціонують для туристів, які є основними споживачами наданих послуг. Особливим є те, що готельну індустрію розглядають у вигляді складової індустрії гостинності, туристську індустрію – у вигляді самостійної індустрії, яка представляє діяльність туристських фірм (туристських операторів і туристичних агентів).

Для розмежування понять «індустрія гостинності» і «туристична індустрія» необхідно проаналізувати трактування останньої.

**Туристична індустрія** – сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Сфера діяльності **індустрії гостинності** пов'язана з функціонуванням численних підприємств різної спрямованості і спеціалізації (готелі, ресторани, туристичні агентства, музеї, транспортні компанії, інформаційні центри тощо), які об'єднані спільною метою.

Індустрію гостинності можна розглядати в широкому і вузькому розумінні.

У вузькому сенсі – це сукупність готелів та інших засобів розміщення, підприємств громадського харчування, а також туристських операторів та агентств.

У широкому сенсі індустрія гостинності – це сектор сфери послуг, взаємопов'язаний з індустрією туризму, який об'єднує численні підприємства різної спрямованості (основні: готелі, ресторани, туристичні агентства, туристські оператори, розважальні заклади, об'єкти культурної і природної спадщини, транспортні компанії, а також підприємства, що підтримують функціонування цих підприємств: страхові компанії, торгівельні підприємства, засоби масової інформації, освітні установи тощо), заснований на принципі гостинного обслуговування туристів, тих, хто подорожує, а також місцевого населення й організації їхнього відпочинку та дозвілля.

Індустрія гостинності складається з основних підприємств сфери гостинності та тих, що обслуговують основні.

До першої групи можна віднести готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, пасажирський транспорт, туризм та екскурсії, організацію відпочинку, видовищ, розваг, професійну підготовку фахівців для цієї галузі економіки. Бізнес індустрії гостинності охоплює такі сфери діяльності, як: цирки, зоопарки, атракціони, національні парки, заповідники, парки культури і відпочинку, кіноконцертні та виставкові зали тощо; залучення до культурних цінностей: відвідування театрів, музеїв, бібліотек, різних клубних установ. До розваг також відносять заняття спортом у спортивних залах, басейнах, аквапарках, стадіонах тощо.

До другої групи, що підтримує та обслуговує індустрію гостинності, можна віднести підприємства й організації житлового, капітального і дорожнього будівництва, машинобудування та автомобілебудування, паливної промисловості та енергетики, сільського господарства, харчової та хімічної промисловості, охорони здоров'я, виробництво сувенірів, предметів туристського побуту тощо. Дуже складно виділити індустрію гостинності як окрему галузь і розглядати її поза зв'язком з іншими об'єктами туріндустрії.

Вивчає й аналізує економічні відносини, що виникають у процесі виробництва, розподілу та споживання туристських продуктів і послуг, призначених для задоволення потреб і бажань мандрівників **економіка туризму**; виробництва, розподілу та споживання готельного та ресторанного продуктів – **економіка готельно-ресторанного господарства**.

Економічні відносини, що виникають у процесі виробництва, розподілу і споживання туристських продуктів (послуг), що задовольняють потреби туристів, виступають **предметом економіки туризму**; у процесі виробництва, розподілу і споживання готельного та ресторанного продуктів – **предметом економіки готельно-ресторанного господарства**.

**Об'єктом економіки туризму та готельно-ресторанного господарства** виступають економічні закономірності і методи їхнього ефективного використання в умовах обмежених ресурсів.

Рівні економіки туризму та готельно-ресторанного господарства зображено на рисунку 1.2.

У сучасній науковій літературі немає єдиного тлумачення поняття «мезоекономіка». До об'єктів мезоекономічного рівня відносять галузі, корпоративні об'єднання підприємств, регіональну економіку.

Мезорівень економіки готельно-ресторанного господарства передбачає вивчення цієї сфери на рівні окремої туристської дестинації.

Поняття «дестинація» (у перекладі з англійської означає «місцезнаходження; місце призначення») було введено Н. Лейпером у середині 1980-х рр.



Рисунок 1.2 – Рівні економіки туризму та готельно-ресторанного господарства

**Дестинація** – це географічна територія, яка має певні межі, може залучати і задовольняти потреби широкої групи туристів. Це певне місце, куди здійснюється переміщення.

Для того щоб територія вважалася дестинацією, необхідне виконання певних умов:

- наявність на цій території місць розміщення, харчування, розваг (повинен бути забезпечений певний рівень якості послуг), високорозвиненої транспортної системи;

– наявність пам'яток, які цікавлять туристів (має бути певна «родзинка» для залучення туриста на територію зони відпочинку);

– наявність інформаційних (наприклад, глобальних інформаційних систем «Amadeus», «Galileo», «Worldspan», «Sabre») і комунікаційних систем, адже це необхідний інструмент інформування туристського ринку про дестинації.

Офіційні джерела подають таке визначення туристичної дестинації:

1. Всесвітня туристична організація (UNWTO): **дестинація** – це основне місце призначення туристичної поїздки, територію, відвідання якої посідає центральне місце у вирішенні подорожувати.

2. Закон України «Про туризм»: **дестинація** (туристична) – місце призначення туристичної подорожі (туристичної поїздки, туру, екскурсії), місце відвідування (територія, місцевість, місто, населений пункт, туристичний центр) особами, які не проживають постійно в конкретній місцевості і не належать до категорії місцевого населення.

Аналіз наукових праць зарубіжних та вітчизняних авторів свідчить про відсутність єдиної думки щодо трактування туристичної дестинації як наукової категорії.

На сьогодні у світі сформувалося чотири наукових підходи щодо визначення дестинації:

– географічний або ресурсно-територіальний (дослідження ключового елемента дестинації – ресурсного потенціалу території, що має привабливість для туриста);

– економіко-управлінський (туристську дестинацію розглядають як специфічний економічний простір, сукупність ринкових відносин, що забезпечує інтенсивне вироблення та споживання туристичних послуг, разом із тим туристичну дестинацію аналізують як об'єкт управління, управлінську систему, що поєднує різнопланові суб'єкти комерційної та некомерційної діяльності);

– маркетинговий (розглядають розвиток дестинації з погляду пропозиції турпродукту, який має відповідати актуальному попиту туристів різних цільових сегментів);

– соціально-культурологічний (вивчення туристичних дестинацій фокусується на історико-архітектурних, мистецьких, релігійних, етнографічних пам'ятках, соціально-побутових традиціях, звичаях, поглядах та нормах певного суспільства, громади, яка приймає туристів).

## 1.4 Поняття «туристський продукт», «готельний продукт», «ресторанний продукт»

Туристська індустрія починає працювати як єдине ціле, як система лише в тому випадку, коли розрізнені туристські послуги об'єднуються в єдиний турпродукт, тобто коли поєднуються продукти і послуги різних підприємств туристичної індустрії.

**Туристський продукт** – це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

Турпродукт формується туроператорами, які орієнтуються на кон'юнктуру ринку та запити туристів.

Туристські послуги поділяються на:

- характерні туристські товари та послуги, виробництво та надання яких суттєво скоротиться без їхньої реалізації туристам;
- супутні туристські товари та послуги, виробництво та надання яких скоротиться без їхньої реалізації туристам, але не суттєво.

Туристський продукт може містити відчутні та невідчутні компоненти. До перших відносять туристські продукти – товари (сувеніри, їжа, напої, спорядження тощо), до других – туристські продукти – послуги (послуги гостинності, обслуговування під час організації харчування, розваги тощо).

**До послуг, пов'язаних із тимчасовим розміщенням**, належать послуги з обслуговування жилих приміщень (номерів), харчування (ресторанного обслуговування), збереження майна і багажу гостей, а також інші послуги, передбачені залежно від категорії готелю.

**Готельна послуга** – дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням.

Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачеві відповідно до категорії готелю.

**Основні послуги готелю** – це такі послуги, що включаються до ціни номера (місця) і надаються споживачу згідно з укладеним договором (проживання, харчування, користування телевізором, холодильником тощо).

**До додаткових послуг** готелю відносять такі, що не належать до основних, замовляються та оплачуються споживачем додатково за окремим договором (послуги з прання і прасування, надання автостоянки, послуги перукарні, прокат спортивного інвентарю тощо).

Основні вимоги щодо типів закладів розміщення та їхніх особливостей надано в ДСТУ 4527:2006 Національний стандарт України «Послуги туристичні. Засоби розміщення», ДСТУ 4269:2003 Національний стандарт України «Класифікація готелів», Правилах користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг.

Готелі та інші об'єкти, призначені для надання послуг із тимчасового розміщення (проживання), поділяються так:

- колективні – засоби розміщення загальною кількістю 30 місць або більше, у яких надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні і за які справляється плата за встановленими цінами;
- індивідуальні – житло, у якому за плату або безоплатно надається обмежена кількість місць (менше ніж 30), де кімнати мають бути відокремлені одна від одної.

**Аналогічні засоби розміщення** – це підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно зі щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів.

Кінцева послуга, що задовольняє ті або інші потреби споживачів і оплачується ними, є **готельним продуктом**.

Економічна діяльність суб'єктів господарювання з надання послуг щодо задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього характеризує **ресторанне господарство**.

Ресторанне господарство об'єднує підприємства, які одночасно виконують функції:

- виробництва їжі (харчове виробництво);
- продажу їжі (торгівлі);
- організації споживання їжі (організація дозвілля).

Результатом діяльності загальнодоступних підприємств (закладів) ресторанного господарства є **ресторанний продукт**.

Ресторанний бізнес одночасно надає споживачам послугу як у матеріальній (кулінарна продукція), так і в нематеріальній (організація харчування) формі.

Досі триває наукова дискусія щодо змісту ресторанного продукту. Згідно з першим підходом, науковці подають ресторанний продукт у формі нерозривних складових «товар-послуга», але є й думка щодо таких складових, як «продукт-послуга».

Тому для визначення сутності категорії «ресторанний продукт» як сукупності товару та послуги визначимо поняття «продукт», «товар», «послуга» та їхнє співвідношення.

**Продукт** – це результат діяльності або процесів; конкретний результат матеріального або духовного виробництва, що має якості, які характеризують його цільове призначення, та властивості, заради яких він купується та споживається.

**Товар** – це будь-який продукт виробничо-економічної діяльності в матеріально-уречевленій формі, об'єкт купівлі-продажу, ринкових відносин між продавцями і покупцями; будь-яка послуга, яка може задовольнити потребу на ринку з метою залучення з подальшим придбанням, використанням або споживанням.

**Послуга** є результатом безпосередньої взаємодії виконавця та споживача, а також власної діяльності виконавця щодо задоволення потреб замовника; це результат діяльності, взаємодії об'єктів та/або суб'єктів, а не сама діяльність.

Результатом діяльності суб'єктів господарювання у сфері ресторанного господарства щодо задоволення потреб споживачів у харчуванні й організації дозвілля є **послуга ресторанного господарства**.

Таким чином, продукт є товаром, оскільки вступає в обмін на ринку, має споживчу вартість та ціну; спрямований на задоволення потреб споживачів. Щодо ресторанного бізнесу, то більш коректною та обґрунтованою формулою ресторанного продукту є поєднання продукції та послуг.

**Товар підприємств ресторанного бізнесу (ресторанний продукт) можна подати як сукупність:**

- продукції громадського харчування (страви, кулінарні вироби, напої тощо);
- засобів, що забезпечують споживання цієї продукції (зала, гардероб, меблі, посуд);
- сервісу (сервірування столів, обслуговування, музика, освітлення, додаткові послуги).

**Особливістю ресторанного продукту** є комплексність, сукупність матеріальних та нематеріальних благ.

### **Сукупність ресторанних послуг містить такі різновиди:**

- послуги з харчування (виготовлення власної продукції та створення умов для її споживання);
- послуги з виготовлення та реалізації продукції;
- послуги з організації споживання та обслуговування;
- інформаційно-консультативні послуги (майстер-класи, консультації спеціалістів);
- послуги з організації дозвілля тощо.

Детальна класифікація закладів ресторанного господарства з вимогами до закладів ресторанного господарства основних типів і класів наведена в ДСТУ 4281:2004. «Заклади ресторанного господарства. Класифікація». Основні вимоги до організації їхньої роботи викладено в «Правилах роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства».

### **Контрольні запитання і завдання**

1. Охарактеризуйте основні етапи розвитку економічної думки.
2. Розкрийте сутність понять «економія», «економіка».
3. Перелічіть основні причини виникнення економічної науки.
4. Поясніть сутність метафоричного опису «невидима рука ринку», хто його автор?
5. Поясніть значення економічної ідеології для розвитку суспільства.
6. Як Ви вважаєте, чому економічні знання необхідні кожній сучасній людині?
7. Які основні учасники беруть участь в економічному житті?
8. Охарактеризуйте основну економічну проблему людства.
9. Охарактеризуйте рівні економічної теорії.
10. Порівняйте категорії «індустрія гостинності», «туристська індустрія», «готельна індустрія», «індустрія дозвілля».
11. Що є предметом і об'єктом економіки готельно-ресторанного господарства?
12. Проаналізуйте різні підходи щодо визначення дестинації.
13. Надайте визначення понять «туристський продукт», «готельний продукт», «ресторанний продукт» та охарактеризуйте особливості кожної категорії.
14. Порівняйте категорії «продукт», «товар», «послуга».

15. Користуючись офіційною статистичною інформацією з джерел Інтернет ([www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)), заповнити таблицю та зробити висновки. Побудувати графік динаміки кількості колективних засобів розміщування/закладів ресторанного господарства за останні п'ять років.

Рік	Кількість колективних засобів розміщування/закладів ресторанного господарства, од	Темп росту		Кількість місць у КЗР, тис. од	Темп приросту	
		(базисний)	(ланцюговий)		(базисний)	(ланцюговий)
		-	-		-	-

16. Користуючись офіційною статистичною інформацією з джерел Інтернет ([www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)), визначити структуру туристів та заповнити таблицю. Побудувати стовпчикову діаграму структури туристів за останні п'ять років та колову діаграму структури туристів за останній звітний рік

Рік	В'їзні (іноземні) туристи, %	Виїзні туристи, %	Внутрішні туристи, %

17. Користуючись офіційною статистичною інформацією з джерел Інтернет ([www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)), визначити абсолютне та відносне відхилення кількості туристів, які були обслужені туроператорами та турагентами за останні п'ять років та заповнити таблицю

Рік	Кількість туристів, які були обслужені туроператорами та турагентами	Абсолютне відхилення, осіб	Відносне відхилення, %

## 2 СФЕРА ПОСЛУГ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В ЕКОНОМІЦІ СВІТУ ТА УКРАЇНИ

### 2.1 Сфера послуг у світовій економіці

**Економічна система** є сукупністю взаємопов'язаних і упорядкованих елементів економіки (секторів), що утворюють певну цілісність, економічну структуру суспільства, яка має загальну мету. Баланс між секторами залежить від рівня економічного розвитку.

**Сектор економіки** – велика її частина, тобто сукупність галузей, об'єднаних певною метою та функціями.

Згідно з Господарським Кодексом України відокремлюють такі **сфери економіки**:

– **сфера матеріального виробництва** – галузі, які визначаються видами діяльності, що створюють, відновлюють або знаходять матеріальні блага (продукцію, енергію, природні ресурси), а також продовжують виробництво у сфері обігу (реалізації) шляхом переміщення, зберігання, сортування, пакування продукції чи інших видів діяльності;

– **сфера нематеріального виробництва (невиробнича сфера)** – сукупність усіх інших видів діяльності.

Сукупність галузей і видів діяльності, призначених для задоволення духовних та матеріальних потреб населення, формують **сферу послуг**.

В економічній науці існує теорія, згідно з якою економічна діяльність поділяється на три сектори, переважання кожного з яких залежить від рівня розвитку економіки. Ця теорія під назвою «**гіпотеза трьох секторів економіки**» була запропонована Жаном Фурастьє. Відповідно до неї, у міру розвитку, основний фокус економічної діяльності поступово переміщується від первинного сектора до третинного. Первинний сектор економіки – видобуток сировини, вторинний – виробництво, третинний – сфера послуг.

Сучасна економіка держави може бути представлена як 2-секторна, 3-секторна, 4-секторна, 5-секторна.

Схематичний розподіл частки секторів національної економіки у ВВП (валовому внутрішньому продукті) країни за історичним етапами наведений на рисунку 2.1.

На послуги припадає не менше 50 % ВВП у більш ніж половині країн світу і близько 65 % світового ВВП. **Проте переважання послуг в економіці не завжди вказує на її розвиненість!**

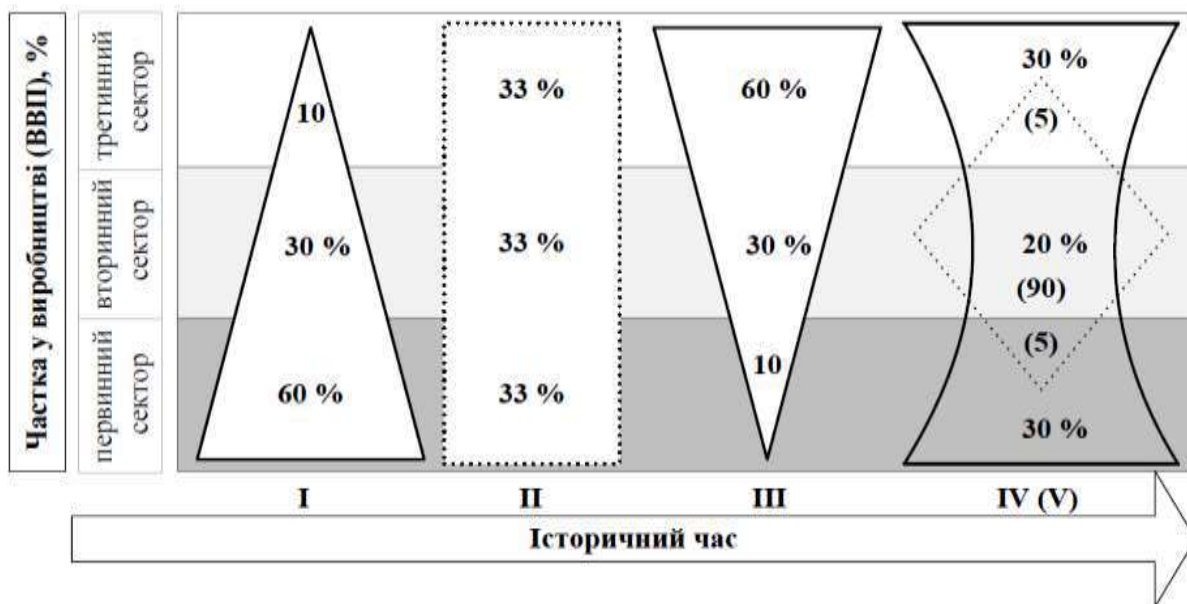


Рисунок 2.1 – Схематичний розподіл частки секторів національної економіки у ВВП країни

На сьогодні спостерігається активність розвитку сфери послуг у світі, що пояснюється впливом таких чинників:

- політика держави (у багатьох країнах світу розробляються законодавчі акти, що підтримують сферу послуг);
- тенденції бізнесу;
- стрімкий розвиток інформаційних технологій;
- соціальні зміни (підвищення рівня доходів населення, культурного рівня, збільшення вільного часу сприяють зростанню попиту на послуги, зокрема сектора туризму й готельно-ресторанного господарства);
- підвищення міжнародної ділової активності, збільшення кількості закордонних поїздок людей тощо.

## 2.2 Сервіс як послуга, класифікація видів послуг

У сучасному світі послуга зазвичай протиставляється товару, тобто матеріальним речам, які вироблені для продажу.

**Послуга** – це будь-який захід або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій і які здебільшого невлічливі і не приводять до володіння чим-небудь. Процес надання послуг можна охарактеризувати як **сервіс**.

Існують різні види послуг, деякі з них та ознаки класифікації наведені на рисунку 2.2.

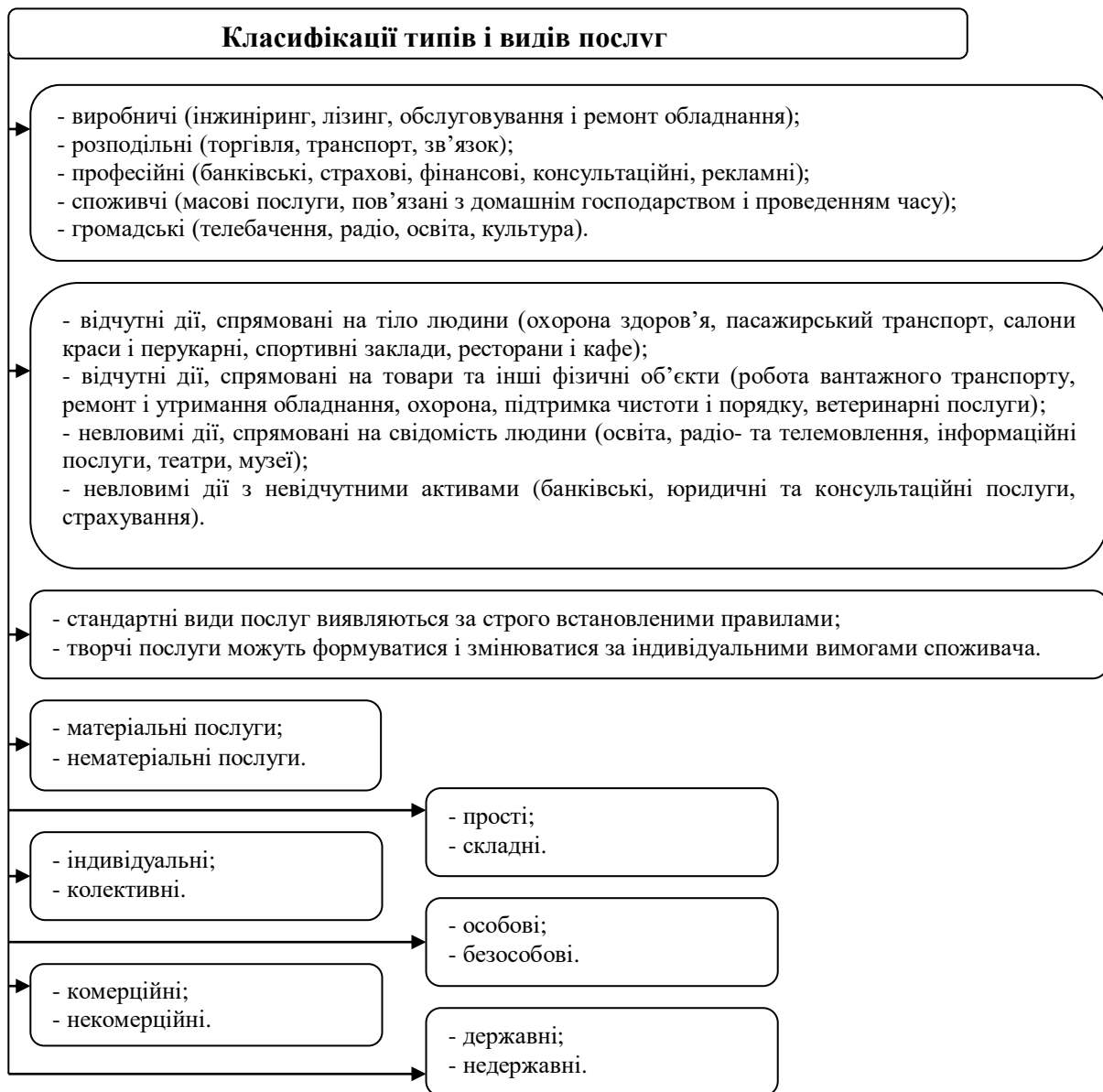


Рисунок 2.2 – Класифікація типів та видів послуг

### 2.3 Вплив туризму на економіку держав

У сучасному світі туристська індустрія є однією зі швидко прогресуючих галузей. Безумовно, пандемія Covid-19 призупинила темпи розвитку, але цей напрямок бізнесу доволі швидко адаптується й відроджується. Задля розуміння впливу сектора туризму та ГРГ на світову економіку, національні економіки країн світу, потрібно оцінювати їхню ефективність.

Туристська система містить багато складових, тому й оцінка її ефективності є складною комплексною проблемою.

Зазначимо, що для характеристики результатів економічної діяльності країни на макрорівні на міжнародному рівні узгоджений стандартний набір показників діяльності – **система національних рахунків**.

Додатковими національними рахунками, що містять наукову інформацію та доповнюють економічну інформацію, є сателітні рахунки. Вони охоплюють всю економічну діяльність, пов'язану з туризмом, яка включається до національних рахунків, але не ідентифікована як туризм.

**Сателітні (допоміжні, розгорнуті, додаткові) рахунки** – це системи показників, які призначені для аналізу особливих проблем (навколишнє середовище, освіта, наукові дослідження, охорона здоров'я, ринок праці, туризм тощо). В Україні сателітні рахунки почали формувати в 2021 році.

**Сателітні рахунки туризму:**

- забезпечують можливість проведення макроекономічного аналізу впливу туризму на економіку;
- з їхньою допомогою можна оцінити ВВП туризму, встановити прямий внесок туризму в економіку;
- дозволяють виявити головні економічні пропорції туристичної індустрії, вивчити структурні зрушення у виробництві туристського продукту і в попиті на нього;
- дозволяють оцінити вплив туризму на ВВП країни, на показники зайнятості, інвестиції тощо, тобто визначати мультиплікативний ефект розвитку туризму.

Потужним інструментом для опису і розуміння галузевих відносин в економічній системі, а також оцінки внеску окремих галузей в економіку є **модель витрати-випуск**. Вона не тільки допомагає виявити відносини туристської системи з усіма виробничими секторами економіки, а й оцінює непрямі ефекти.

**Певною оцінкою ефективності функціонування туристських систем на мегарівні можна вважати** оцінку конкурентоспроможності туріндустрії країн, що проводиться Всесвітньою організацією туризму і подорожей (WTTC).

**Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму різних країн** враховує фактори, що впливають на привабливість туріндустрії для розвитку та інвестицій і складається з трьох субіндексів.

**Субіндекс А характеризує нормативно-правову базу:**

- законодавчі норми;
- захист навколишнього середовища (екологічна стійкість);
- охорона і безпека;
- медицина (здоров'я) і гігієна;
- пріоритетність сектора подорожей і туризму.

### Субіндекс В – бізнес-середовище та інфраструктура:

- інфраструктура повітряного транспорту;
- інфраструктура наземного транспорту;
- інфраструктура туризму;
- інформаційно-комунікаційна інфраструктура;
- цінова конкурентоспроможність туристичного сектора.

### Субіндекс С – людські, природні та культурні ресурси:

- людські ресурси;
- ставлення до зовнішніх туристів;
- природні ресурси;
- культурні ресурси;
- зміна клімату.

Позитивні і негативні зовнішні ефекти (екстерналії) туризму наведені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Позитивні і негативні зовнішні ефекти туризму

Позитивні екстерналії	Негативні екстерналії
1	2
Економічні наслідки	
Розширення участі у міжнародному розділі праці	Відтік твердої валюти (грошові одиниці розвинених країн із сильною економікою)
Використання місцевих ресурсів	Збільшення імпорту
Залучення іноземного капіталу та отримання доходів у валюті	Зменшення зайнятих у традиційних сферах економіки
Збільшення місцевого ділового обороту	Сезонна зайнятість, низька оплата праці
Структурні зрушення у національному виробництві товарів та послуг	Інфляція
Збільшення зайнятого населення	Залежність від політичної ситуації, міжнародної економічної кон'юнктури, моди
Надходження податків у державну казну	Виникнення економічних криз та незбалансованість розвитку
Зростання особових доходів населення	
Створення економічного іміджу країни за кордоном	Значна частка доходів від туризму переходить у крупні міжнародні компанії
Збільшення попиту на місцеву продукцію та послуги	

## Продовження таблиці 2.1

1	2
Соціально-культурні наслідки	
Усунення мовних, соціальних, релігійних, культурних бар'єрів	Негативне ставлення місцевих жителів
Підвищення рівня освіченості	Виникнення стереотипів
Збереження витворів мистецтва, традицій	Ефект демонстрації (наслідування у споживанні)
Доступ до інформації	Комерціалізація культури, релігії, мистецтва
Можливість користуватися об'єктами інфраструктури туризму	Виникнення та загострення соціальних проблем
	Зміна звичного образу життя, традицій населення, втрата місцевої індивідуальності, цінностей
Екологічні наслідки	
Створення національних парків, заповідників	Забруднення навколишнього середовища
	Деградація ландшафтів
	Виведення сільськогосподарських земель з обороту

Позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається лише в тому випадку, якщо він розвивається всебічно, не перетворюючи економіку країни в економіку послуг. Власне кажучи, туризм у країні має розвиватися паралельно і у зв'язку з іншими галузями. Адже якщо економіка країни є повністю або суттєво туризмозалежною, то у разі виникнення глобальних криз (наприклад, пандемії Covid-19), відбувається її крах.

До найбільш туризмозалежних економік світу можна віднести такі країни: Мальдіви, Британські Віргінські острови, Макао, Арубу, Сейшельські острови, Фіджі, Камбоджу, Чорногорію тощо. Доля туризму в ВВП цих країн складає від 11 до майже 40 %. В Україні цей показник коливається близько 1,5 %.

### 2.4 Мультиплікативний ефект у туризмі

Вплив туризму на економіку важко оцінити повністю, адже, окрім прямих доходів, він сприяє розвитку супутніх галузей (рис. 2.3). Отже, доходи окремих галузей і підгалузей безпосередньо залежать від туристичної діяльності.

Згідно з рекомендаціями статистичної комісії Всесвітньої туристичної організації, **туристичний мультиплікатор** розглядається як вимір економічних вигод від туризму з огляду впливу на ВВП через туристичні витрати.

**Статистичним відділом секретаріату ООН у співпраці з ЮНВТО розроблений перелік пов'язаних із туризмом послуг:**

- готельні та ресторанны послуги;
  - послуги в галузі транспорту, сільського господарства і зв'язку;
  - спортивне і допоміжне транспортне обслуговування;
  - послуги турагентів, туроператорів, екскурсоводів;
  - послуги з оренди, прокату машин і устаткування;
  - послуги в галузі сільського господарства, мисливства, лісового господарства, рибальства;
  - комунальні, соціальні та персональні послуги;
  - державне управління та інші послуги суспільству загалом;
  - послуги соціального страхування;
- послуги у сфері рекреації, культури та спорту тощо.



Рисунок 2.3 – Вплив туризму на економіку

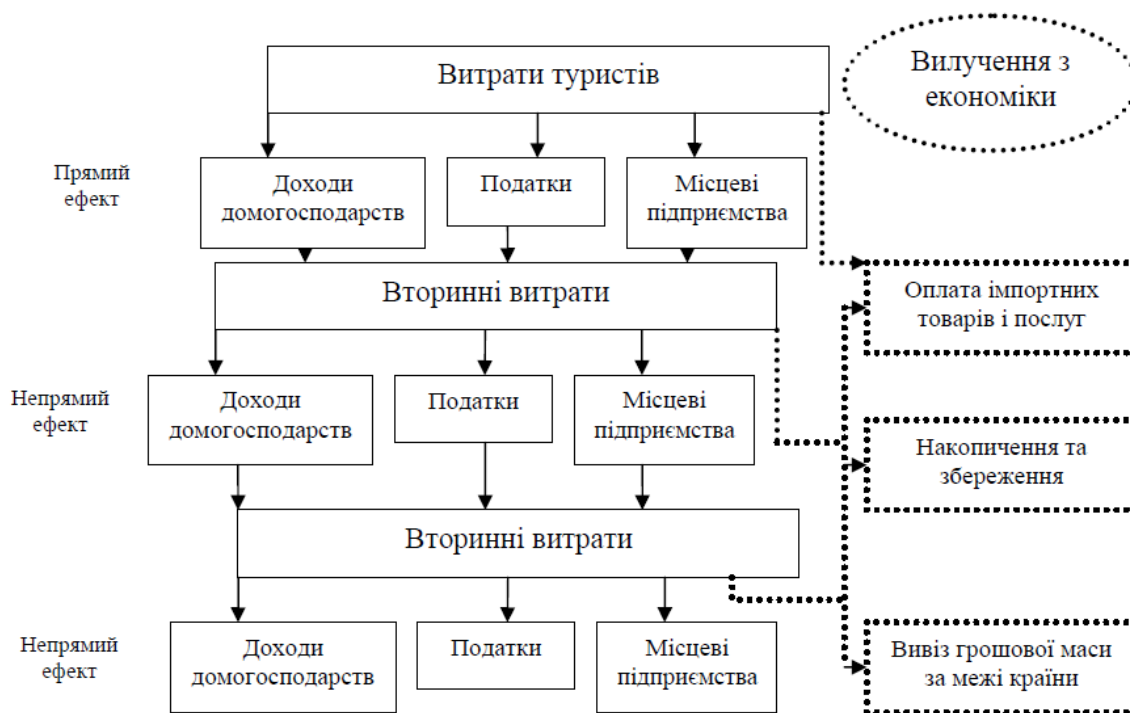


Рисунок 2.4 – Ефект мультиплікатора туристичної сфери

#### Суб'єктами системи туризму є:

- фірми-виробники туристських послуг;
- фірми-туроператори;
- фірми-турагенти;
- спеціалізовані фірми, що надають послуги з розміщення;
- спеціалізовані підприємства харчування;
- спеціалізовані транспортні підприємства;
- підприємства торгівлі та торгові фірми, що спеціалізуються на товарах для туристів;
- підприємства сфери дозвілля в туризмі;
- рекламно-інформаційні туристські установи;
- державні підприємства.

**Види туристських мультиплікаторів**, які можуть бути розраховані для будь-якої національної економіки:

- мультиплікатор випуску;
- мультиплікатор продажів;
- мультиплікатор доходу;
- мультиплікатор зайнятості;
- мультиплікатор заробітної плати;
- мультиплікатор державних доходів;
- мультиплікатор імпорту.

## **2.5 Економічне середовище й умови функціонування підприємств туризму і готельно-ресторанного господарства**

Туризм – це велика міжгалузєва система із різноманітними зв'язками між її елементами у межах країни, світу. Як і будь-яка система, він не може перебувати у вакуумі, йому доводиться функціонувати в певному економічному середовищі.

**Економічне середовище** включає всі чинники й організації, з якими стикаються підприємства, установи, фірми, що здійснюють туристичну діяльність.

**Відносини в системі «туризм-економічне середовище» за типом впливу:**

- природно-географічні умови є важливими під час здійснення вибору туристом дестинації;
- політичні (туризм стрімко розвивається лише в мирному, стабільному, надійному середовищі);
- економічні (стан національної економіки, матеріально-технічна база туризму тощо);
- соціальні (рівень доходів, освіти та культури населення, демографічна ситуація, збільшення вільного часу тощо);
- правові (можливість працювати в правових межах);
- технологічні (використання досягнень НТП);
- міжнародні (відносини між країнами, візова й митна політика) тощо.

**Зовнішнє (екзогенне) середовище** – це сукупність активних господарюючих суб'єктів, економічних, природних і суспільних умов, національних і міждержавних інституційних структур та інших умов і факторів, що діють в оточенні підприємства та впливають на різні сфери його діяльності.

**Зовнішнє (ендогенне) середовище поділяють так:**

- мікросередовище, яке створюється постачальниками матеріально-технічних ресурсів, споживачами продукції (послуг) підприємства, торговими і маркетинговими посередниками, конкурентами, державними органами, фінансово-кредитними установами, страховими компаніями та іншими контактними аудиторіями;
- макросередовище включає природні, демографічні, науково-технічні, економічні, екологічні, політичні і міжнародні фактори.

Розглянемо більш докладно зазначені вище категорії.

**Постачальники** – це суб'єкти господарювання, які забезпечують підприємство матеріально-технічними та енергетичними ресурсами, необхідними для виробництва конкретних товарів або послуг.

**Основними клієнтами організацій є споживачі продукції або послуг на різних клієнтурних ринках:**

- споживчому (населення, яка купує товари і послуги для особистого споживання);
- виробників (організації, які купують продукцію виробничо-технічного призначення);
- посередників, які купують товари та послуги для подальшого їхнього перепродажу з прибутком для себе;
- державних установ (оптові покупці продукції для державних потреб);
- міжнародному (закордонні покупці на раніше перерахованих типах клієнтурних ринків).

**Маркетингові посередники** – це фірми, які допомагають підприємству в просуванні, поширенні і збуті його товарів (послуг) серед клієнтів.

**Конкуренти** – суперники підприємства в боротьбі за більш вигідні умови виробництва і збуту товарів, за отримання більшого прибутку.

**Державними органами (органами державної влади)** є елементи механізму держави, які беруть участь у виконанні певних функцій держави і яким згідно із законодавством надані повноваження здійснювати від імені держави владні управлінські функції.

До **фінансово-кредитних установ** належать банки, довірчі товариства, страхові, лізингові та інвестиційні компанії, недержавні пенсійні фонди, кредитні спілки, ломбарди, інститути спільного інвестування та ін.

Різновидом **фінансово-кредитних установ** є страхові компанії (організації) як юридичні особи, що мають ліцензію на здійснення страхової діяльності.

**Контактні аудиторії** – це організації, які проявляють реальний або потенційний інтерес до підприємства.

Щодо учасників зовнішнього середовища можуть застосовуватися й такі поняття, як контрагент, стейкхолдер тощо.

**Контрагент** – фізична або юридична особа, яка виступає однією зі сторін угоди (це всі, з ким компанія узгоджує договори).

**Стейкхолдер (зацікавлена сторона)** – поняття, яке описує людину, групу осіб або окремі організації, чії дії, поведінка або рішення можуть впливати на успішність системи:

- резиденти і жителі довколишніх територій (місцеві спільноти);
- фермери, лісники, мисливці та рибалки;
- постачальники туристських послуг, такі як готельєри, власники ресторанів, екскурсіводи тощо;
- туроператори і турагентства;
- місцеві підприємці, роздрібні торговці;
- місцеві органи влади: муніципалітети, адміністрації;
- місцеві неурядові організації;
- освітні установи, науково-дослідні центри;
- туристи;
- ЗМІ.

Туризм може існувати та розвиватися лише за наявності та розвитку відповідної інфраструктури.

**Інфраструктура** – це ієрархічно організована сукупність організаційно відокремлених підрозділів народного господарства, основним призначенням яких є не виробництво нової матеріально-речової продукції, а забезпечення і обслуговування діяльності базових галузей матеріального виробництва та невиробничої сфери.

**За масштабом дії відокремлюють такі рівні інфраструктури:**

- мегарівень (міжнародна інфраструктура);
- макрорівень (національна інфраструктура);
- мезорівень (інфраструктура регіону / галузі);
- макрорівень (інфраструктура підприємства).

У народногосподарському комплексі туризм відноситься до соціально-культурної інфраструктури. Він забезпечує потреби населення у відпочинку, розвагах. Одночасно сам туризм не може існувати без інфраструктури.

**Для розвитку туризму мають бути розвинені:**

- транспортна інфраструктура;
- інфраструктура засобів розміщення;
- інфраструктура харчування;
- інформаційна інфраструктура;
- фінансова (банківська) інфраструктура тощо.

**Науковці розділяють такі поняття:**

- інфраструктура туризму (туристська інфраструктура);
- інфраструктура туріндустрії;
- інфраструктура туристичного ринку;
- інфраструктура підприємництва в туризмі.

Поряд із цим варто зазначити відсутність однозначного тлумачення означених понять.

**Інфраструктуру туризму розглядають як сукупність (комплекс) взаємопов'язаних структур і туристських ресурсів, спрямованих на створення загальних умов для реалізації туризму та таких, що забезпечують туристську діяльність (рис. 2.5).**

**Інфраструктура туристського ринку** – це організаційно-економічна система, яка опосередкує рух туристичних продуктів і послуг від продавця до покупця, сукупність інститутів і організацій, які обслуговують туристський ринок і виконують певні функції щодо забезпечення нормального режиму його функціонування.

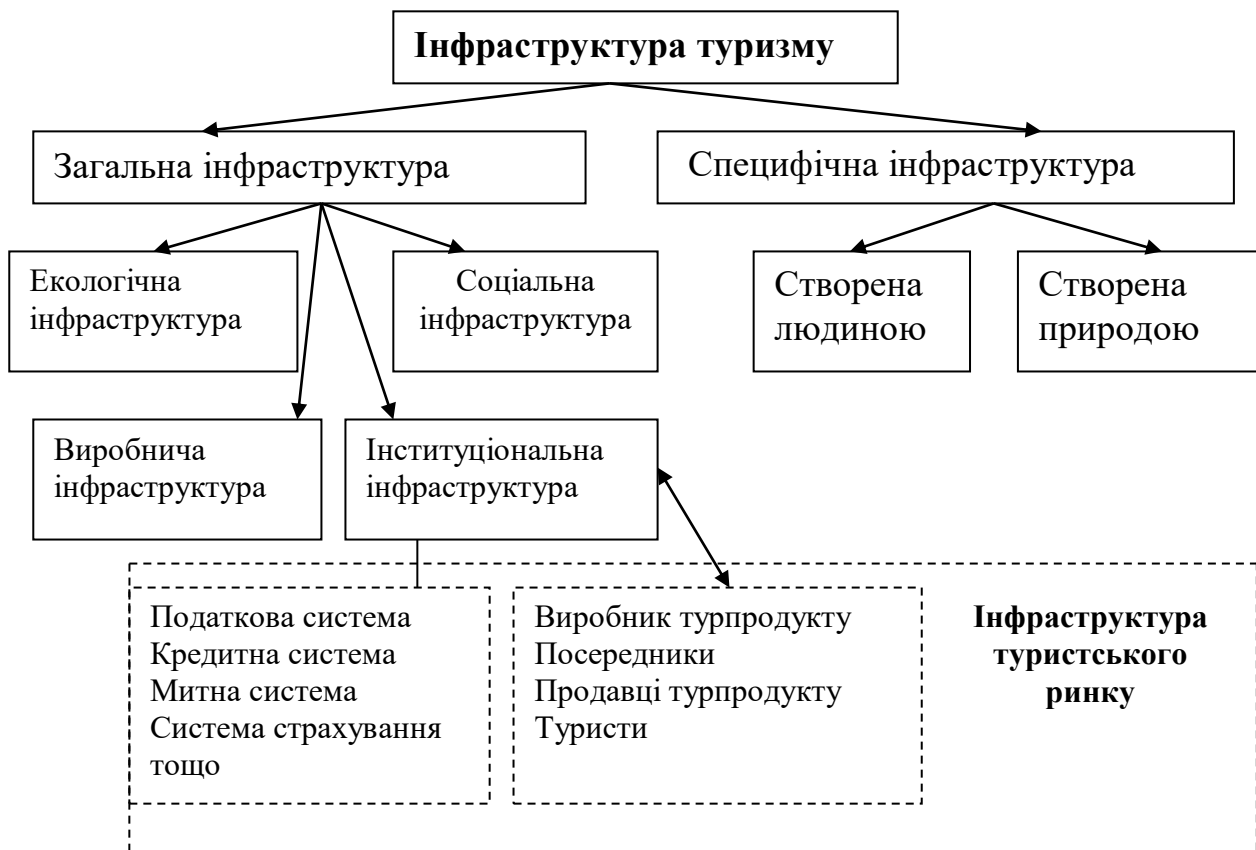


Рисунок 2.5 – Інфраструктура туризму

### **Функціями інфраструктури туристського ринку є:**

- забезпечення взаємодії покупця і продавця туристських товарів і реалізація інтересів усіх учасників ринкових відносин у сфері туризму;
- упорядкування туристського товарообігу шляхом саморегулювання суб'єктів ринкових відносин відповідно до кон'юнктурних коливань туристського ринку;
- організаційно-правове забезпечення всіх операцій, що здійснюються між суб'єктами туристичного ринку (виробниками туристських послуг, посередниками, продавцями, туристами);
- підвищення оперативності та ефективності діяльності учасників туристичного ринку шляхом розвитку спеціалізації окремих суб'єктів і видів діяльності;
- забезпечення виконання функції державного регулювання підтримки організованого руху товару на туристському ринку;
- здійснення контролю над економічною діяльністю суб'єктів туристичного ринку з боку держави;
- надання інформаційних, маркетингових, інноваційних, консалтингових та інших послуг.

Туристська інфраструктура, з одного боку, є об'єктом, який потребує значних витрат, з другого – її розвиток можна розглядати як інвестиції.

Інфраструктура підприємництва в туризмі створює умови для його здійснення.

Досі дискусійним є питання, що є першочерговим – розвиток інфраструктури й потім залучення туристів, або ж її розвиток там, де попит туристів вже виник.

## **2.6 Фактори, що впливають на економіку галузі готельно-ресторанного господарства**

Сучасне середовище господарювання суб'єктів господарювання характеризується високим рівнем динамічності, невизначеності, складності.

До основних тенденцій сучасного розвитку індустрії гостинності відносять такі:

- поглиблення спеціалізації та диверсифікацію готельних послуг;
- утворення значних за розмірами корпоративних форм – готельних ланцюгів, які стають транснаціональними компаніями;

- широке використання в індустрії гостинності інформаційних систем управління, технологічного забезпечення, маркетингу;
- інтеграцію капіталу готельних підприємств із капіталом фінансових, страхових, будівельних, транспортних та інших сфер економіки;
- значне застосування наукового менеджменту в організації й управлінні готельним бізнесом;
- розвиток мережі невеликих готельних підприємств, зорієнтованих на конкретний сегмент ринку.

**Фактори, що впливають на економіку готельно-ресторанного господарства:**

- економічні чинники (загальний стан економіки, середній дохід на душу населення, рівень безробіття, обмінний курс місцевої валюти, рівень оподаткування, банківський відсоток на кредити тощо);
- соціально-економічні фактори: розподіл населення за рівнем доходів, рівень освіти, спосіб життя, вікова структура, співвідношення міського і сільського населення (міське населення більш рухоме), спосіб життя, рівень злочинності, розвиток туризму тощо;
- політико-правові фактори – законодавство (податкове та трудове, правила ліцензування, санітарно-гігієнічні вимоги, правила пожежної безпеки, закони про права споживачів тощо);
- специфічні фактори (тероризм, мода на відпочинок, труднощі отримання візи, умови роботи транспортних компаній тощо);
- забезпеченість природно-рекреаційними ресурсами.

Зовнішні фактори у розрізі макроекономічного й галузевого рівнів, що впливають на функціонування готелів, наведені у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Зовнішні фактори, що впливають на функціонування готелів

Фактори	Характеристика
1	2
Макроекономічні чинники впливу на конкурентоспроможність готелів	
Економічна політика держави	Значення основних макроекономічних показників (рівень безробіття, ВВП, темпи інфляції, реальні доходи громадян, бюджетні показники); стратегія розвитку країни; частка приватної власності; наявність трудових та сировинних ресурсів; показники системи оподаткування; розміри доходів населення і їхня структура і розподіл; ступінь розвитку фінансової системи; структура ринку послуг гостинності
Політична ситуація в країні	Стабільність політичної системи; криміногенна ситуація; рівень розвитку демократії; ступінь свободи ЗМІ; діяльність органів влади і ступінь їхнього втручання

Продовження таблиці 2.2

1	2
Правова сфера	Нормативні акти регулюють готельний бізнес (у сфері оподаткування, розвитку підприємництва, туризму); програми розвитку регіонів; ефективність роботи наглядових органів за дотриманням законодавства; спадкоємність правових норм по горизонталі і вертикалі
Соціальна і культурна політика держави	Рівень приросту тривалості життя; рівень життя громадян; смертність і народжуваність громадян; структура суспільства за статтю, освітою, віком, складом сім'ї, рівнем доходу; щільність населення країни; питома вага робітників, службовців, учнів, пенсіонерів інших категорій громадян; міграція; сільське і міське населення; тривалість відпустки, забезпеченість культурними об'єктами (бібліотеками, театрами, спортивними спорудами та ін.); ставлення населення до навколишнього світу; тренди розвитку культурних цінностей; традиції лікування і відпочинку
Міжнародна ситуація	Міжнародні саміти, кінофестивалі, виставки та інші заходи; військові конфлікти; ступінь інтеграції країни в світове господарство; доступність рекреаційних та інших технологій
Природні і кліматичні ресурси	Природні ресурси; рекреаційні ресурси; особливості кліматичного чинника країни; дефіцитність таких ресурсів по окремих регіонах країни
Конкуренти	Види, якість, ціна послуг у конкурентів; імідж, реклама, рівень сервісу; організаційний і технічний рівень виробництва головних конкурентів; фінансовий стан конкурентів; ринкова стратегія, цілі і завдання головних конкурентів; частка ринку; клієнти; зовнішня політика; диверсифікація діяльності; наукова і дослідницька діяльність; маркетингова діяльність; виробнича база
Постачальники послуг і товарів	Умови оплати та ціни; сталість; швидкість і форма доставки; розмір партії; якість ресурсів
Клієнти	Ключові клієнти; основні споживачі, структура клієнтів за статтю, освітою, віком, доходом, складом сім'ї; прихильність до певного готелю; методи покупки; психографічні ознаки; основні мотиви під час вибору послуг готелю; бажаний рівень сервісу
Посередники (брокери готельних послуг)	Стратегія і структура посередників; сталість і надійність посередників; умови співпраці; організація маркетингу в низький і високий сезон; заходи з розвитку відносин із контактною аудиторією; контакти з агентствами (консалтингові, рекламні компанії); зв'язку з кредитними та фінансовими установами
Контактна аудиторія	Ставлення до готелю ділових кіл, ЗМІ, муніципальних і державних установ, громадських організацій, місцевої громади та ін..
Альянси, спілки та асоціації	Спільна маркетингова діяльність, консалтинг формування нормативно-правового регулювання в галузі

## Контрольні запитання і завдання:

1. Визначте поняття «сектор економіки», які сфери економіки зазначені у Господарському кодексі України?
2. Розкрийте сутність гіпотези трьох секторів економіки. Поміркуйте, чи завжди третинний сектор переважає у країнах із розвинутою економікою?
3. Користуючись джерелами Інтернет, визначте внесок туристської індустрії у ВВП країн світу.
4. Охарактеризуйте основні чинники, які впливають на активність розвитку сфери послуг у світі.
5. Надайте визначення категорій «послуга», «сервіс».
6. Охарактеризуйте основні ознаки класифікації та види послуг.
7. Поясніть, як впливає туристська індустрія на економіку держав, охарактеризуйте її основні економічні функції.
8. Розкрийте сутність та значення сателітних рахунків туризму.
9. Проаналізуйте основні позитивні та негативні ефекти туризму.
10. Поясніть у чому полягає прямий та непрямий економічний вплив туризму на економіку країн.
11. Розкрийте сутність категорії «мультиплікативний ефект», конкретизуйте на прикладі туристської індустрії.
12. Охарактеризуйте економічне середовище й умови функціонування підприємств туризму і ГРГ.
13. Перелічіть основних стейкхолдерів підприємств туризму та ГРГ.
14. Як співвідносяться поняття «інфраструктура туризму», «інфраструктура туристського ринку», «інфраструктура підприємництва в туризмі».
15. Поміркуйте, які інфраструктури варто розвивати для розвитку туризму.
16. Охарактеризуйте основні функції інфраструктури туристського ринку.
17. Які основні фактори впливають на функціонування готелів?
18. Використовуючи наукові джерела (наукові статті, статистичні дані, інформацію з офіційних сайтів ЮНВТО тощо), проаналізуйте, як впливають світові кризи (наприклад, пандемія) на сферу туризму та готельно-ресторанного господарства (у розрізі економічних показників). За результатами аналізу написати невеличкі тези (есе) на 2–3 сторінки, підкріплюючи матеріал цифрами із посиланнями на першоджерела інформації.
19. Згідно з гіпотезою трьох секторів економіки, визначити, яка кількість населення України (у відсотках) була зайнята у первинному, вторинному та третинному секторах економіки за останні п'ять років. Надати схематичне зображення розподілу зайнятого населення за секторами та зробити висновок щодо виявлених тенденцій (змін по секторах).

Сектор / рік					
Усього зайнято					
Сільське, лісове та рибне господарство					
Промисловість					
Будівництво					
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів					
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність					
<i>Тимчасове розміщування й організація харчування</i>					
Інформація та телекомунікації					
Фінансова та страхова діяльність					
Операції з нерухомим майном					
Професійна, наукова та технічна діяльність					
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування					
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування					
Освіта					
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги					
<i>Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок</i>					
Інші види економічної діяльності					

20. Розрахувати сукупний дохід країни та коефіцієнт доходу від туризму. Якщо прямі витрати туристів 1 000 000 ум. од.; податки в середньому – 25 % прямих доходів від туризму; збереження коштів населенням в середньому – 5 % прямих доходів від туризму; імпорт – 20 % чистого доходу (без податків та збережень).

21. Користуючись офіційною статистичною інформацією з джерел Інтернет ([www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)), розрахувати сукупний дохід від туризму країни та коефіцієнт доходу від туризму (по Україні, по регіону України) за два останніх розрахункових роки.

### **3 ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ. ОСНОВНІ МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПОКАЗНИКИ**

#### **3.1 Національна економіка як середовище функціонування готельно-ресторанного господарства**

Готельно-ресторанне господарство, як і будь-яка інша галузь, залежить від середовища, у якому воно функціонує. Це середовище значною мірою визначає система національної економіки.

**Національна економіка** – це конституційно, економічно та організаційно єдина система взаємопов'язаних галузей і сфер діяльності людей, що характеризується відповідною пропорційністю та взаємозумовленим розміщенням на обмеженій державними кордонами території.

##### **Основні цілі національної економіки:**

- стабільне, стале економічне зростання і стабільний рівень цін;
- високий рівень зайнятості і справедливий розподіл доходів;
- позитивні стабільні результати у зовнішній торгівлі;
- захист навколишнього природного середовища та поліпшення середовища проживання людини.

Означені вище цілі досягаються шляхом застосування інструментів макроекономічного регулювання економіки, серед яких основними є:

- фінансова політика (оперування державним бюджетом через податкову систему і державні витрати);
- грошово-кредитна політика (контроль за грошовою пропозицією через інструменти грошової та кредитної політики);
- політика регулювання доходів;
- зовнішньоекономічна політика.

Основні ознаки сучасної національної економіки наведені на рисунку 3.1.

##### **Національна економіка складається з двох сфер:**

- виробничої (галузі, що виробляють продукт у матеріальній формі (промисловість, сільське господарство, будівництво, торгівля тощо);
- невиробничої (галузі, що надають послуги – наука, охорона здоров'я, освіта, культура, мистецтво, пасажирський транспорт тощо).

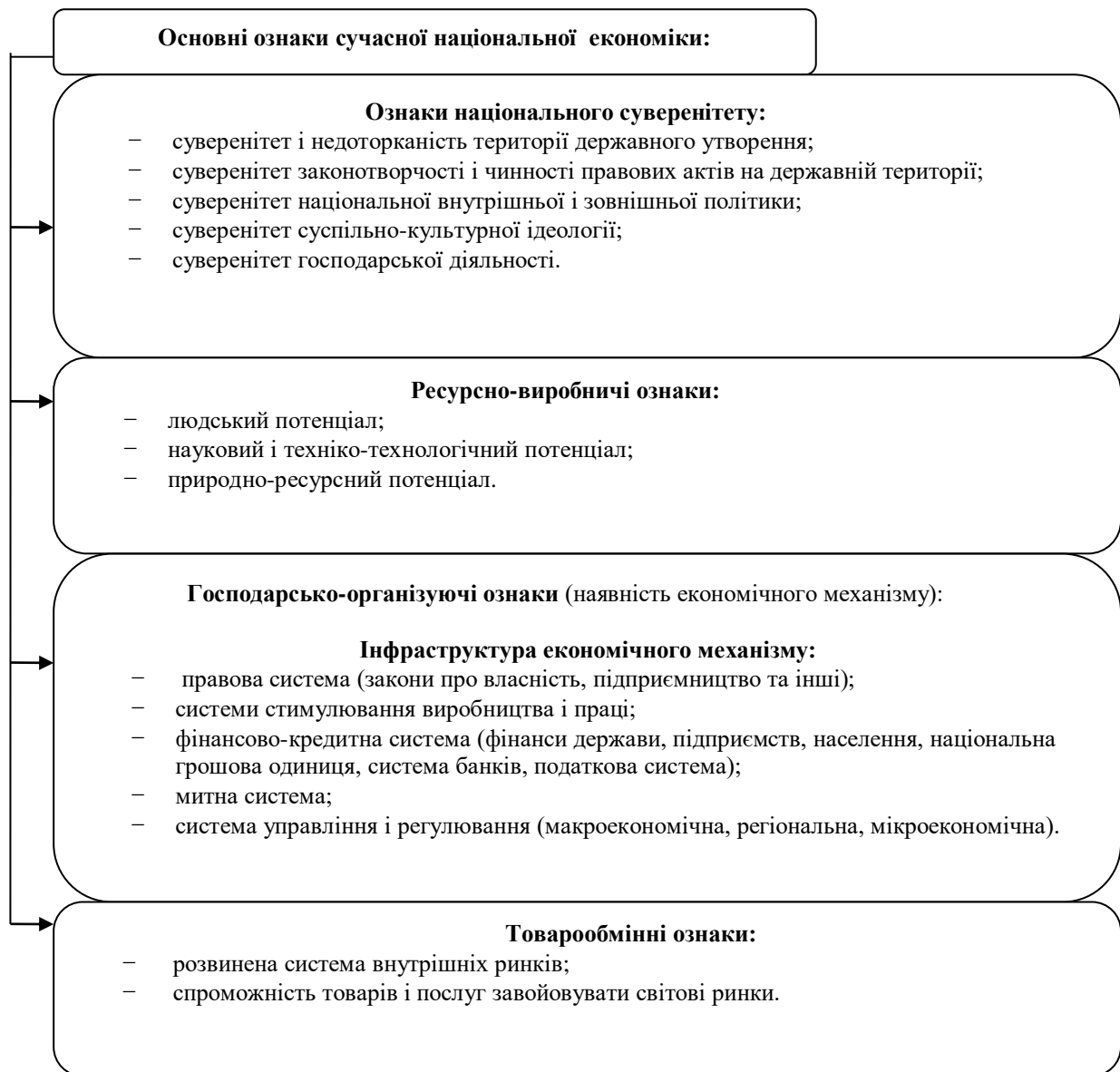


Рисунок 3.1 – Основні ознаки сучасної національної економіки

Суб'єктами національної економіки виступають: домашні господарства, підприємства, держава.

Означені суб'єкти здійснюють свою господарську діяльність на макроринках:

- товарному (представлений сукупним товаром і сукупними послугами);
- ресурсному (ринку чинників виробництва – праці, землі, капіталу і підприємництва);

- фінансовому, який охоплює ринки: грошово-кредитний (де формуються пропозиція грошей і попит на них, визначається відсоткова ставка, попит на кредити для інвестування); фондовий (де формуються попит і пропозиція цінних паперів, визначаються біржові індекси, а також обсяг продажу цінних паперів); валютний (де формуються попит і пропозиція валют, визначаються валютні курси).

**Середовище функціонування національної економіки:**

- економічне (умови та правила господарювання, економічна політика, економічні регулятори тощо);
- зовнішньоекономічне (ситуація на світовому ринку, глобалізаційні процеси, глобальні проблеми та ступінь їхнього вирішення тощо);
- політичне (політичний режим, партії; державний устрій тощо);
- науково-технічне та інформаційне (рівень розвитку науки, інновації, впровадження інноваційних технологій тощо);
- соціальне (якість життя населення, чисельність працездатного населення, рівень зайнятості та ін.);
- духовне (менталітет, традиції, звичаї, суспільна свідомість тощо);
- природно-екологічне (кліматичні умови, природні ресурси, вплив діяльності людини на навколишнє середовище тощо).

Схема взаємозв'язків суб'єктів національної економіки наведена на рисунку 3.2.

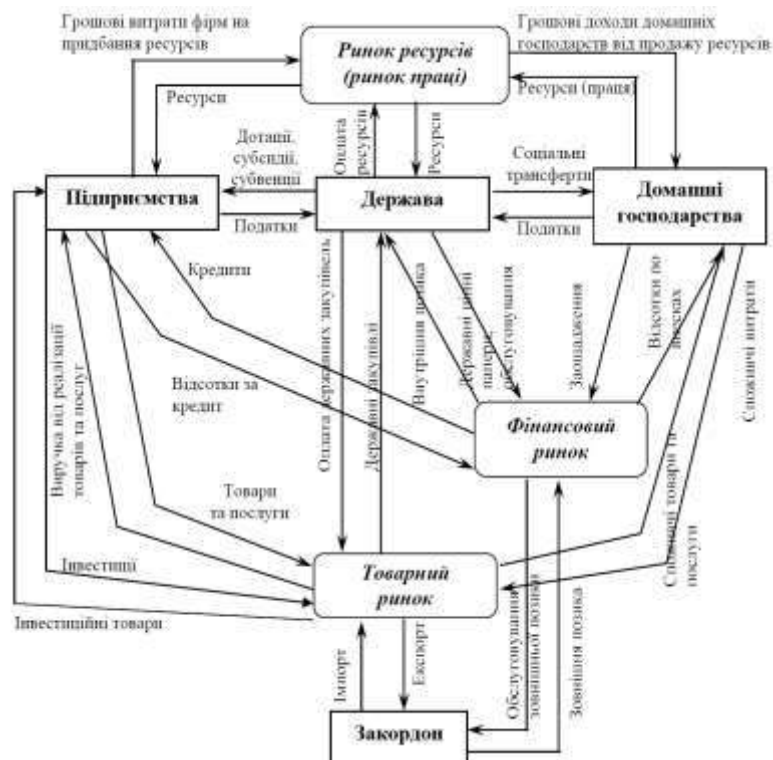


Рисунок 3.2 – Схема взаємозв'язків суб'єктів національної економіки

Основні види відносин між суб'єктами національної економіки зазначено на рисунку 3.3

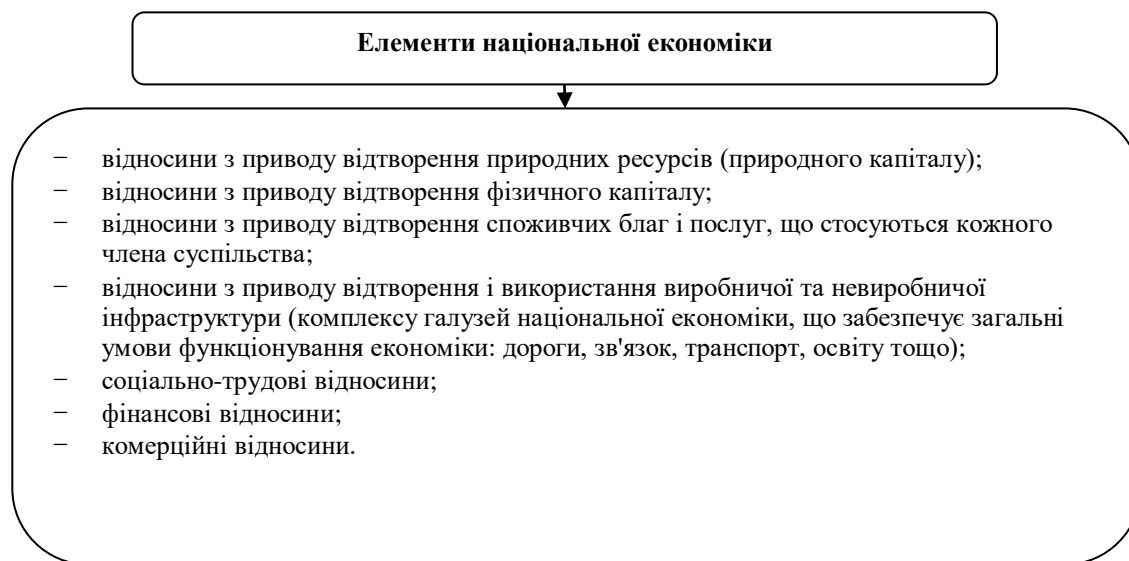


Рисунок 3.3 – Елементи національної економіки

**Основні критерії, за якими оцінюють стан самодостатності національної економіки:**

- структура і динаміка виробництва;
- товарообмін на внутрішньому і зовнішньому ринках;
- бюджет країни;
- доходи населення.

**Види діяльності сфери економічного виробництва в національній економіці:**

- виробництво товарів як для реалізації, так і для власного споживання і накопичення; виробництво не фінансових послуг із метою реалізації; діяльність фінансових установ (банків, страхових компаній і т. д.);
- діяльність органів державного управління, що надають неринкові послуги суспільству загалом (колективні послуги) і окремим домашнім господарствам або групам домашніх господарств (індивідуальні послуги);
- діяльність некомерційних організацій, що обслуговують домашні господарства (партійні, профспілкові, громадські організації); діяльність оплачуваної домашньої прислуги (наймані кухаря, садівники, шофери та ін.);
- житлові послуги, що надаються власниками будинків і квартир для власного споживання.

Економічні операції, які відбуваються в економіці, наведені на рисунку 3.4.

Закономірності функціонування національної економіки вивчає макроекономіка, модель якої наведена на рисунку 3.5.

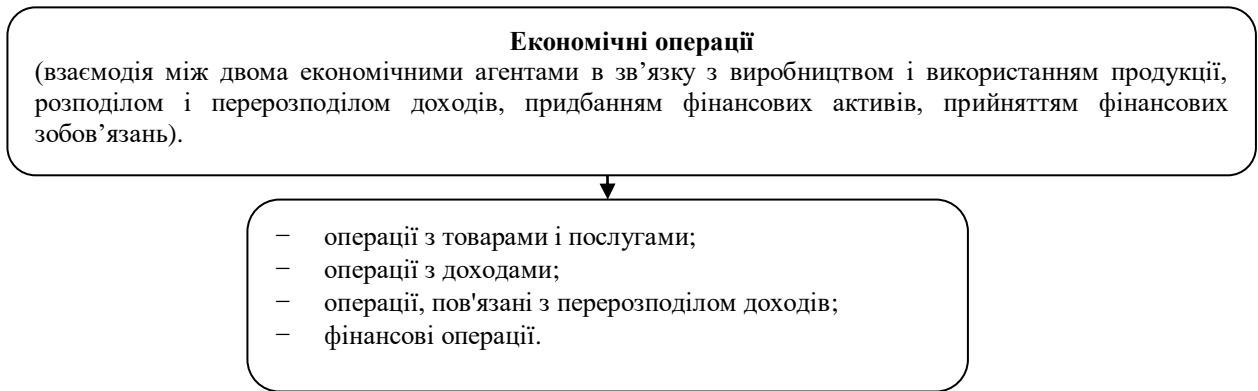


Рисунок 3.4 – Економічні операції в національній економіці

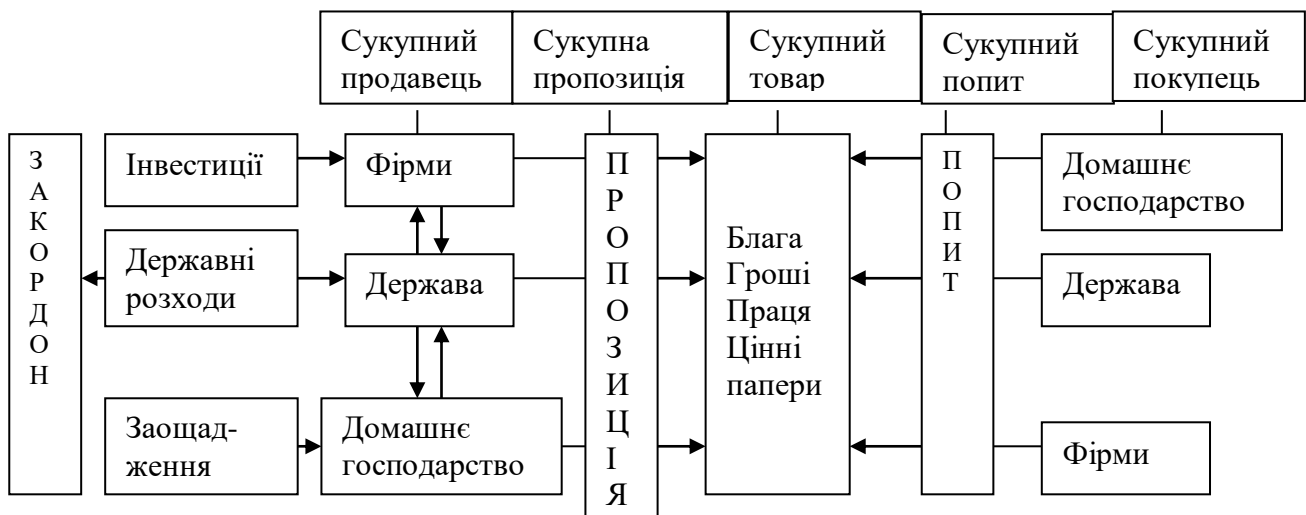


Рисунок 3.5 – Модель макроекономіки

**Традиційно макроекономічними вважаються такі проблеми:**

- визначення обсягу і структури національного продукту і національного доходу;
- виявлення факторів, що регулюють зайнятність у масштабах національної економіки;
- аналіз природи інфляції;
- вивчення причин циклічних коливань і кон'юнктурних змін в економіці;
- дослідження зовнішньоекономічних взаємодій національних економік;
- теоретичне обґрунтування цілей, змісту і форм здійснення макроекономічної політики держави.

Оцінити стан самодостатності національної економіки можливо за допомогою низки критеріїв, серед яких основні:

- структура і динаміка виробництва;
- товарообмін на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- бюджет країни;
- доходи населення тощо.

**Державний бюджет** (англ. budget – сумка) – це фінансовий план видатків держави та джерел їхнього покриття (за рік).

Згідно із Законом України «Про бюджетну систему України», **бюджет** – це план утворення і використання фінансових ресурсів для забезпечення функцій, які здійснюються органами державної влади.

Структуру державного бюджету зображено на рисунку 3.6.

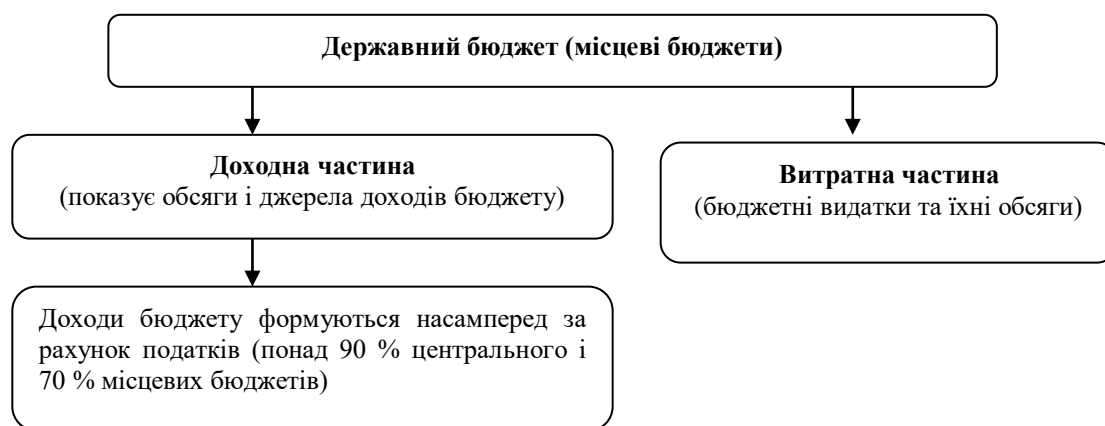


Рисунок 3.6 – Структура державного бюджету

Основні статті доходів державного бюджету в умовах ринкової економіки – податки з фірм та домогосподарств, митні збори, процентні платежі державі та позики. До видатків можна віднести розходи на реалізацію соціальних програм, оборону, утримання апарату управління держави, державні інвестиції, проценти по державному боргу.

Бюджет країни виконує низку **функцій**, серед яких:

- розподільна, яка дає можливість сконцентрувати грошові кошти у розпорядженні держави та використовувати їх на задоволення загальнодержавних потреб;
- контролююча (дозволяє дізнатися, наскільки своєчасно та повно фінансові ресурси потрапляють у розпорядження держави; чи відповідають розміри державних централізованих ресурсів її потребам; як фактично складаються пропорції у розподілі бюджетних коштів; чи ефективно використовуються бюджетні кошти тощо);

– функція забезпечення існування держави дозволяє створити матеріально-фінансову базу існування держави на основі формування доходних статей бюджету.

**Залежно від співвідношення між доходами та видатками Державний бюджет може бути:**

– збалансованим, коли видатки дорівнюють доходам, до чого (відповідно до Конституції України) і повинна прагнути держава;

– дефіцитним, тобто з від'ємним сальдо, коли видатки перевищують доходи;

– профіцитним, тобто з позитивним сальдо, що спостерігається у разі перевищення доходів над видатками.

Загальне управління бюджетною системою в Україні здійснюється органами державної влади та управління, а саме: Верховною Радою та Кабінетом Міністрів України.

**На першому етапі** відбувається процес складання проєкту держбюджету, Кабінет Міністрів України не пізніше ніж 15 вересня подає його на розгляд Верховній Раді України.

**На другому етапі** – розгляд і затвердження проєкту бюджету на сесії Верховної Ради.

**На третьому етапі** – виконання і складання звіту про виконання (покладено на Кабінет Міністрів України). Фактично виконання бюджету починається з 1 січня і завершується 31 грудня кожного календарного року.

### **3.2 Типи національних економік (економічних систем)**

Кожен суб'єкт переслідує певні економічні цілі. Наприклад, економічною метою споживача є максимізація задоволення потреб, фірми – максимізація прибутку, суспільства – економічне зростання, стабільність, гідний рівень життя населення, зайнятість. Ці цілі по-різному реалізуються в умовах різних економічних систем.

**Економічна система** – сукупність взаємопов'язаних і певним чином упорядкованих елементів економіки, які формують економічну структуру суспільства.

Саме економічна система визначає:

– що і в яких обсягах виробляти;

– хто та за допомогою яких ресурсів і технологій буде виробляти;

– для кого будуть вироблятися товари та послуги.

Економічній науці відомо чотири типи економічних систем, які зазначені на рисунку 3.7.



Рисунок 3.7 – Типи економічних систем

**Командна економіка** – система, у якій домінує громадська (державна) власність на засоби виробництва, колективне прийняття економічних рішень, централізоване керівництво економікою за допомогою державного планування.

**Ринкова економіка** – система, заснована на приватній власності, свободі вибору і конкуренції, вона спирається на особисті інтереси, обмежує роль уряду.

**Змішана економіка** – тип суспільства, що синтезує елементи перших двох систем, тобто механізм ринку доповнюється активною діяльністю держави.

**Традиційна економіка** є застарілою й характерна для відсталих, слабо розвинених країн.

Основні характеристики типів економічних систем наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Основні характеристики типів економічних систем

Традиційна	Командна	Ринкова
відсталість технологій; використання ручної праці; багатоукладність економіки; замкнутість; консерватизм; прийняття економічних рішень на основі традицій та звичаїв	державна власність на економічні ресурси; планування; монополізація виробництва та збуту продукції; жорстка централізація в розпорядженні та розподілі ресурсів; обмеження диференціації доходів; більшу частину економічних рішень приймає уряд	приватна власність на економічні ресурси; вільне підприємництво; наявність особистої економічної зацікавленості; ринкова саморегуляція через попит та пропозицію; вільна конкуренція; практична відсутність значного державного впливу на економіку

Україна визнана світовою спільнотою як держава з ринковою економікою. Цей статус офіційно був наданий Радою міністрів Європейського Союзу 21 грудня 2005 року, у лютому 2006 року цей статус визнали США.

Ринкова економіка має низку переваг, але поряд із цим їй притаманні й певні недоліки, що зазначені в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Переваги та недоліки ринкової економіки

Переваги	Недоліки
Висока економічна ефективність	Циклічна природа, нестабільність
Якісні товари та послуги	Байдужість до фундаментальних наукових досліджень, проблем довкілля, вичерпності не відтворювальних ресурсів
Раціональна структура економіки	Неспроможність врегулювання глобальних проблем національної економіки
Відсутність дефіциту товарів та послуг	Байдужість до виробництва суспільних благ
Дієвий механізм мотивації праці	Нерівномірний розподіл багатства нації
Саморегулювання, гнучкість та адаптація до мінливих умов	Байдужість до вирішення соціальних проблем
Економічна свобода	Неспроможність подолати монополізм

### 3.3 Типи ринкових структур (моделей ринку)

**Ринкова структура** становить сукупність галузевих ознак організації ринку, які зумовлюють способи встановлення цін і обсяг випуску продукції, а також визначають характер взаємодії фірм певної галузі.

Фірми постійно діють в умовах конкуренції. Рішення про ціну та обсяг виробництва в покупців істотно розрізнятися в умовах різних типів ринкових структур.

Обов'язковим елементом ринкової системи є конкуренція, адже суперництво неминуче.

**Конкуренція** (від лат. concurrere – стикатися) – це невід'ємний елемент ринкової системи, економічне суперництво між окремими суб'єктами ринку за найбільш вигідні умови виробництва, купівлі і продажу продукції.

**Об’єктивними умовами виникнення конкуренції є:**

- наявність великої кількості незалежних продавців і покупців;
- їхня економічна відособленість;
- їхнє прагнення отримати кращі умови для виробництва, купівлі і продажу продукції.

Ринковій конкуренції притаманні певні переваги та недоліки, які зазначені у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Переваги та недоліки ринкової конкуренції

Переваги	Недоліки (обмеження)
Спрямованість на найбільш повне задоволення потреб споживачів	Масові банкрутства, безробіття, нерівність доходів
Зацікавленість у технічному прогресі та зменшенні витрат	Гальмування розвитку культури, освіти, забруднення довкілля
Досягнення особистих інтересів економічних суб’єктів	Протидія конкуренції через злиття змови

Види конкуренції зазначені на рисунку 3.8.

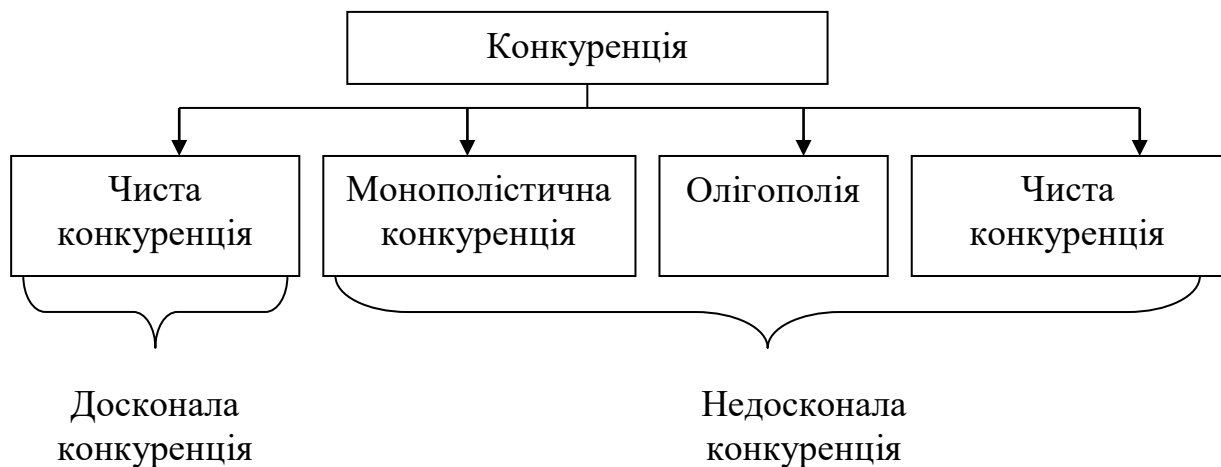


Рисунок 3.8 – Види конкуренції

**Чиста (вільна, досконала) конкуренція** – це тип ринку, за якого багато незалежних один від одного виробників продають ідентичну (стандартизовану) продукцію, вхід на ринок вільний і жоден із продавців не в змозі контролювати ринкову ціну.

**Монополістична конкуренція** (від грецької monos – один, poleo – продаю) – це тип ринку, за якого відносно багато фірм (від 10 до 100) продають схожі товари, але диференційовані, із певними відмінностями.

**Олігополістична конкуренція, або олігополія** ( від грецької oligo – небагато) – це тип конкуренції, за якого декілька зазвичай великих фірм продають ідентичні або схожі товари.

**Чиста (абсолютна) монополія** – це такий тип ринку, за якого є тільки один продавець товару, у якого немає навіть близьких заміників.

**Монопсонія** – існування на ринку одного покупця.

**Олігопсонія** – існування на ринку кількох покупців.

Характеристика типів ринкових структур наведена в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Характеристика типів ринкових структур

Характеристика	Типи ринкових структур			
	Досконала конкурентція	Недосконала конкуренція		
		Монополістична конкуренція	Олігополія	Чиста монополія
Кількість продавців	Багато	Багато	Багато	Один або два (дуополія)
Розмір фірм	Маленький	Маленький або середній	Великий	Різний (частіше великий)
Кількість покупців	Багато	Багато	Багато	Різна
Товар	Однорідний	Диференційований	Однорідний або диференційований	Унікальний
Контроль над цінами	Відсутній	Обмежений	Значний	Повний
Бар'єри для входження на ринок	Відсутні	Низькі	Високі	Такі, що практично неможливо подолати
Доступ до ринкової інформації	Вільний	Вільний	Обмежений	Блокований
Цінова конкуренція	Відсутня	Обмежена	Обмежена	Відсутня
Нецінова конкуренція	Є	Є	Є	Відсутня

Рівні конкуренції та конкурентоспроможності в туріндустрії наведені на рисунку 3.9.

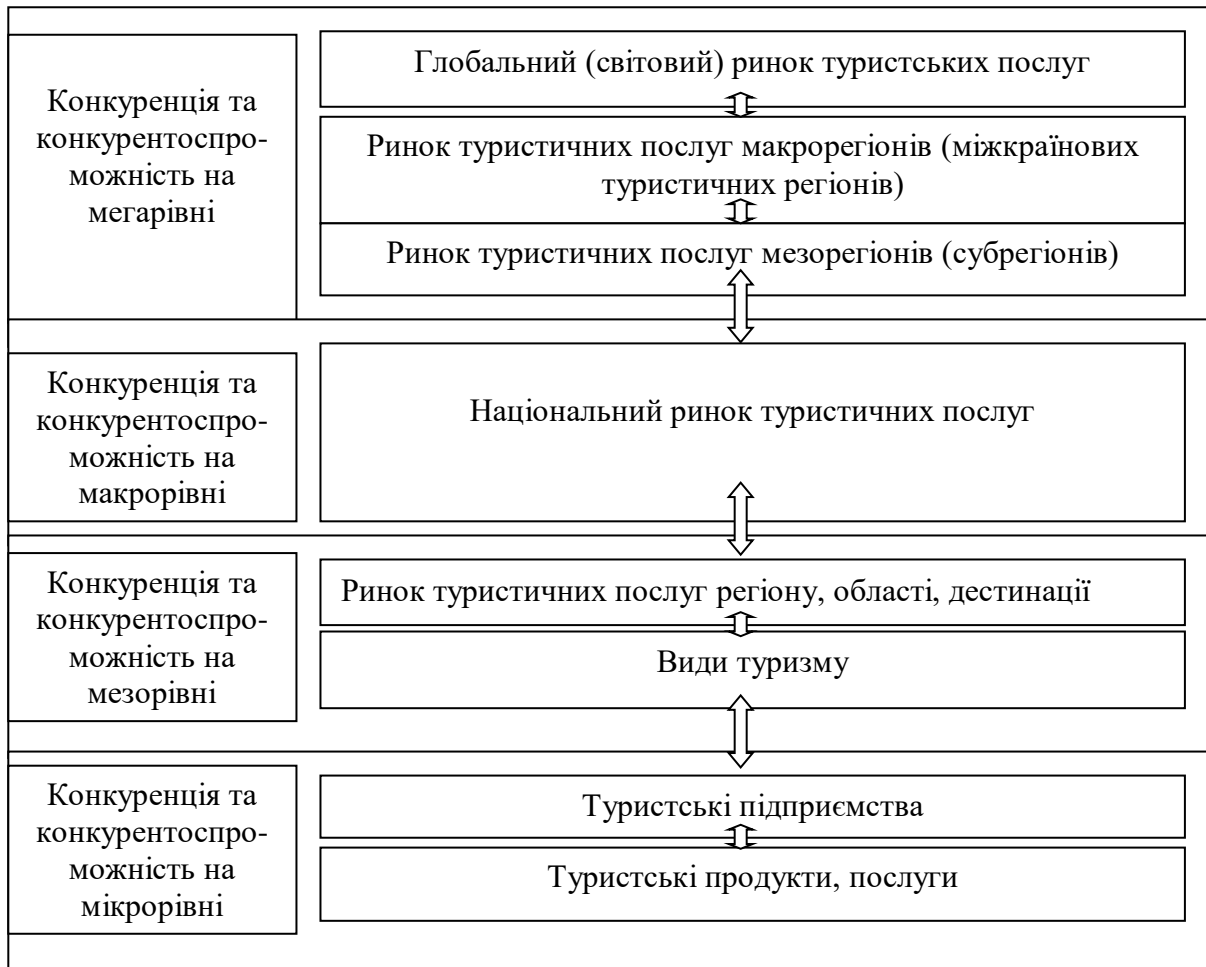


Рисунок 3.9 – Рівні конкуренції та конкурентоспроможності в туріндустрії

Ефективність функціонування туристичних систем на мегарівні визначають за допомогою індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму (англ. Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI). Цей індекс розраховувався щорічно починаючи з 2007 р., з 2011 р. публікується раз на два роки Світовим економічним форумом та показує непривабливість країн світу (їх охоплено 140) як туристських дестинацій, а загальну оцінку чинників, що сприяють розвитку туристичного бізнесу в окремих країнах.

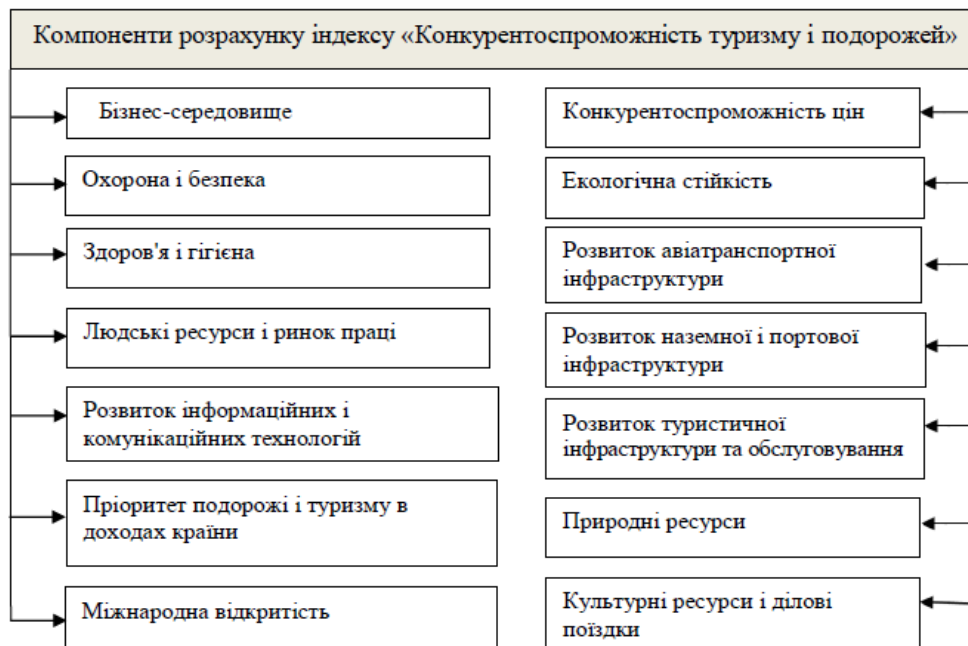


Рисунок 3.10 – Компоненти розрахунку індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму

Індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму розраховується на підставі низки факторів, наведених на рисунку 3.10.

### 3.4 Основні макроекономічні показники національної економіки

Оскільки кожна країна певним чином інтегрована в світову економіку, для забезпечення міжнародних порівнянь необхідно застосовувати єдиний підхід щодо обчислення макроекономічних показників, що досягається за допомогою міжнародного стандарту розрахунків. Система національних рахунків є розробкою ООН, перша версія була запропонована у 1953 році, остання – у 2008 році.

**Система національних рахунків** – це статистична модель ринкової економіки, у якій процес функціонування національної економіки зображується у вигляді замкнутих грошових потоків, що виникають між макроекономічними суб'єктами в ході виробництва, розподілу, обміну та споживання благ.

**Система національних рахунків призначена:**

- для моніторингу розвитку економіки на різних рівнях агрегування: на рівні окремих економічних суб'єктів (інституційних одиниць), на рівні груп таких одиниць (інституційних секторів), або на рівні економіки загалом;
- макроекономічного аналізу з метою прийняття рішень та розробки макроекономічної політики;

– забезпечення можливості порівняння основних показників різних країн.

Саме через низку показників (рис. 3.11) можна зрозуміти, що відбувається в економіці країни.



Рисунок 3.11 – Основні макроекономічні показники

Співвідношення ВВП та ВНП наведено на рисунку 3.12.

<b>ВВП</b>		Вартість продукції, яка була вироблена вітчизняними підприємствами за межами країни
Вартість продукції, яка була вироблена всередині країни		
Вартість продукції, яка була вироблена іноземними підприємствами на території країни	Вартість продукції вітчизняних підприємств	<b>ВНП</b>

Рисунок 3.12 – Співвідношення ВВП та ВНП

Розраховують два види ВВП:

- номінальний (у цінах на певний період часу);
- реальний (у цінах з урахуванням інфляції).

Коефіцієнт переведення економічних показників, розрахованих у поточних цінах, у ціни порівнюваного (базового) періоду називається **дефлятор**. Дефлятор ВВП (як відношення номінального ВВП до реального ВВП) оцінює ступінь інфляції для всієї сукупності благ, які виготовляються та споживаються в країні.

**Загальними показниками економічного зростання виступають вимірювачі результатів функціонування національної економіки, а саме:**

- темп зростання валового внутрішнього продукту і національного доходу;
- темп зростання валового внутрішнього продукту і національного доходу на душу населення;
- галузева структура економіки;
- темп зростання обсягів виробництва в основних галузях економіки;
- темп зростання обсягів виробництва основних видів продукції на душу населення.

### **3.5 Суспільний добробут у системі макроекономічних показників та його вплив на розвиток готельно-ресторанного господарства**

Будь-які суб'єкти господарювання, зокрема сектора туризму та ГРГ, прагнуть до підвищення попиту на їхній товар та послуги. Останній обмежений величиною прибутків населення та рівнем діючих цін. Очевидно, що за різних рівнів добробуту споживачів ступінь задоволення їхніх потреб має різне значення.

**Суспільний добробут** – повнота забезпеченості населення країни матеріальними, соціально-культурними та духовними благами, рівня та якості його життя.

Найбільш загальним індикатором рівня економічного розвитку і добробуту країни є показник ВВП, але він не відображає всієї економічної активності суспільства і залишає поза увагою багато суттєвих сторін добробуту і не може, таким чином, бути повною характеристикою його реального стану. Це обумовлено такими обставинами:

- існуванням неринкової діяльності, результати якої не стають об'єктами купівлі-продажу, а тому не фіксуються в макроекономічних показниках;
- наявністю тіньової економіки, у яку входять не лише злочинний бізнес (наприклад, наркоторгівля), але й будь-яка незареєстрована діяльність;

– ВВП виступає скоріше кількісним показником і тому не враховує повною мірою змін якості товарів та послуг, а також змін у складі та розподілі продукції;

– у ВВП не знаходять відображення такі важливі аспекти соціального добробуту, як збільшення вільного часу, освіта, охорона здоров'я, зростання оплачуваних відпусток, задоволення працею і духовних потреб;

– макроекономічні показники не відображають ступінь забруднення навколишнього середовища.

Науковці, прагнучи більш об'єктивно оцінити добробут населення, пропонують низку інших показників, які доповнюють ВВП. Один з них – індекс людського розвитку.

**Індекс людського розвитку** (далі – ІЛР) об'єднує такі складові, як тривалість життя, грамотність та охоплення населення навчанням, ВВП на душу населення за паритетами валют. Максимально можливе значення ІЛР – 1, мінімальне – 0. Індекс людського розвитку менший за 0,5 прийнято вважати низьким, більший за 0,8 – високим.

### **3.6 Макроекономічна роль туризму та готельно-ресторанного господарства**

Індустрія туризму та ГРГ відіграють важливу роль у формуванні бюджету багатьох країн світу та їхньої інвестиційної привабливості. Міжнародний в'їзний туризм забезпечує збільшення потоків іноземної валюти в ті країни, які приймають закордонних туристів.

Наприклад, у 2017 році, згідно з дослідженнями Всесвітнього економічного форуму, більшість розвинених країн нарощували обсяги доходів від індустрії туризму: США (488 млрд доларів), Китай (224 млрд доларів), Німеччина (130,8 млрд доларів), Японія (106,7 млрд доларів), Велика Британія (103,7 млрд доларів).

За оцінками Всесвітнього економічного форуму, у 2017 році Україна очолила рейтинг країн із найменшою часткою туристичної індустрії у ВВП – лише 1,4 %. Низькі темпи розвитку індустрії туризму в Україні пояснюються насамперед низькими темпами вкладення інвестицій в розвиток цього сектора, а також відсутністю державної законодавчої та фінансової його підтримки.

Пріоритетним напрямком у створенні інфраструктури туризму в Україні повинен стати розвиток готельного бізнесу.

## Контрольні запитання і завдання:

1. Надайте визначення категорії «національна економіка», охарактеризуйте її основні цілі.
2. Перелічіть основні ознаки сучасної національної економіки.
3. Назвіть суб'єктів національної економіки, охарактеризуйте основні цілі кожного з них.
4. Охарактеризуйте основні елементи середовища функціонування національної економіки.
5. За якими основними критеріями оцінюють стан самодостатності національної економіки?
6. Надайте визначення категорії «економічна система». Поясніть, що від неї залежить.
7. Які типи економічних систем вам відомі? Охарактеризуйте кожен з них.
8. Охарактеризуйте особливості ринкової економіки, зазначивши її переваги та недоліки.
9. Розкрийте сутність явища «конкуренції» та передумови виникнення цього елемента ринкової системи.
10. Назвіть головні переваги та недоліки ринкової конкуренції.
11. Які види конкуренції вам відомі? Охарактеризуйте кожен із них.
12. Перелічіть та охарактеризуйте основні макроекономічні показники ефективності національної економічної діяльності країни.
13. Співвіднесіть показники ВВП та ВНП.
14. Обґрунтуйте вплив суспільного добробуту населення країни на розвиток туризму та ГРГ.
15. Поміркуйте, чи є вичерпним показник ВВП для відображення економічної активності суспільства? Як доповнює інформацію індекс людського розвитку?
16. Заповніть таблицю

Рік	Номінальний ВВП (млрд дол.)	Дефлятор (%)	Реальний ВВП (млрд дол.)
1-й	1 700	50	
2-й	2 100	70	
3-й	3 200	100	
4-й	4 800	120	

17. Користуючись офіційною статистичною інформацією з джерел Інтернет ([www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)), розрахувати реальний ВВП на душу населення в Україні за останні п'ять років

Рік	Реальний ВВП (млн грн)	Чисельність населення (тис. осіб)	ВВП на душу населення

18. Поміркуйте, чи є перспективними готельно-ресторанний бізнес та туризм в Україні? Обґрунтуйте відповідь.

19. Користуючись офіційною інформацією з джерел Інтернет, проаналізувати бюджет України за останні п'ять років та видатки на розвиток туризму, культури, готельно-ресторанного бізнесу.

20. Користуючись офіційною інформацією з джерел Інтернет проаналізувати динаміку індексу конкурентоспроможності України у сфері подорожей та туризму за останні п'ять років загалом та за складовими. Окреслити основні проблеми, що негативно впливають на цей показник.

21. Знайти в Інтернеті статистичну інформацію щодо макроекономічних показників (ВВП України) ([www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)).

Сформувати за отриманими даними такі таблиці:

- структура ВВП за останні п'ять – десять років;
- темпи росту (загального ВВП та складових) базисні та ланцюгові;
- структура ВВП за останні п'ять – десять років за секторами економіки.

Проаналізувати отримані дані, зробити висновки щодо:

- загальної динаміки ВВП;
- внеску ГРГ у структуру ВВП;
- динаміки частки ГРГ у структурі ВВП;
- секторальної структури.

## 4 ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ТА КРИЗ

### 4.1 Сучасне світове господарство

**Світове господарство** – це глобальний гео економічний простір, у якому з метою зростання ефективності матеріального виробництва знаходяться у вільному обігу товари, послуги і капітали: людський, фінансовий, науково-технічний.

Елементи світового господарства наведені на рисунку 4.1.

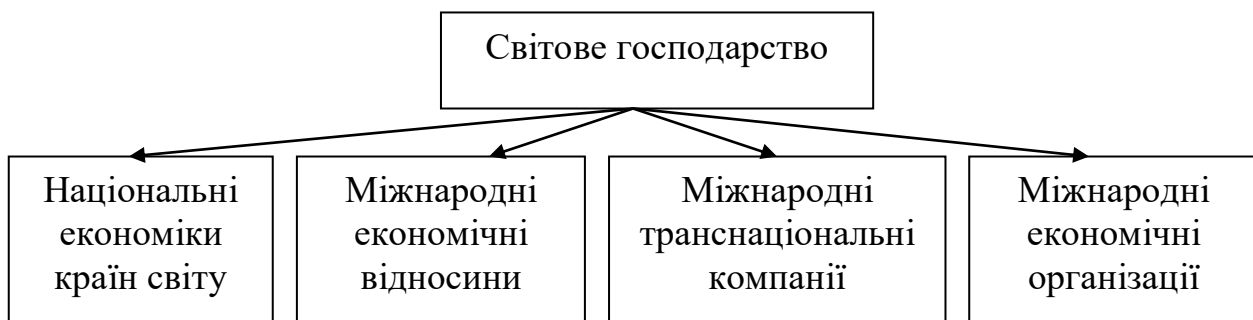


Рисунок 4.1 – Елементи світового господарства

Світове господарство як глобальний економічний механізм складається з національних економік, що знаходяться між собою у постійній взаємодії. Матеріальну основу всесвітнього господарства утворює світовий ринок благ.

Сфера обміну товарами та послугами між національними економіками формує **світовий ринок**.

**Міжнародний ринок благ ґрунтується на:**

- міжнародному поділі праці (економічно вигідній спеціалізації країн, які володіють певними ресурсами для виробництва тих чи інших товарів, надання послуг);
- на економічній інтеграції (деякі країни об'єднуються, посилюючи взаємозв'язок їхніх національних економік);
- транснаціоналізації капіталу (збільшення кількості транснаціональних корпорацій).

**Міжнародні економічні відносини включають:**

- сферу міжнародної торгівлі;
- сферу міжнародного виробництва;
- сферу фінансових відносин;
- сферу науково-технічних розробок.

**За соціально-економічним типом всі країни світу можна поділити на такі групи:**

- високорозвинені країни;
- країни, що розвиваються;
- країни з перехідною економікою;
- країни з плановою економікою.

**До основних сучасних тенденцій світової економіки відносять:**

- інтернаціоналізацію виробництва (створення транснаціональних корпорацій);
- міжнародну економічну інтеграцію (формування міжнародних економічних угруповань країн);
- інформатизацію;
- глобалізацію.

**Глобалізація** – формування всесвітнього ринку товарів, послуг, робочої сили, технологій та інформації на основі світових комп'ютерних мереж і стандартизація законодавства.

**Основні напрямки глобалізації:**

- прискорення розвитку світової торгівлі;
- зростання іноземних інвестицій;
- зростання впливу і ролі транснаціональних компаній (далі – ТНК);
- формування стратегічних альянсів ТНК, а також національних підприємств для підвищення ефективності виробництва і збуту;
- створення єдиного ринку технологій і підвищення ролі інтелектуальної власності;
- передбачення майбутніх змін на ринку;
- збільшення ролі інновацій та підприємництва;
- поширення інформаційних технологій;
- посилення міграції робочої сили;
- підвищення ролі клієнта й індивідуалізація попиту.

З метою регулювання міжнародних економічних відносин створюються на основі міждержавних угод певні інститути – **міжнародні валютно-фінансові організації**.

**Провідними міжнародними валютно-фінансовими організаціями є:**

- Міжнародний валютний фонд (далі – МВФ);
- Світовий банк;
- Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР).

**Міжнародний валютний фонд (МВФ)** був заснований у 1945 р. і має статус спеціалізованого закладу ООН, є міжурядовою валютно-кредитною організацією, діяльність якої спрямована на сприяння розвитку міжнародних економічних відносин, особливо фінансово-кредитних і торговельних.

**Основні функції МВФ:**

- вироблення правил регулювання валютних курсів і контролю за їхнім виконанням;
- надання державам кредитів для вирівнювання платіжних балансів, підтримки національних валют.

**Світовий банк** – це міжнародний інвестиційний інститут, заснований одночасно з МВФ. Позики, що надаються Світовим банком зазвичай надаються під низький процент на 15–20 років і мають п'ятирічний період. Статутом Світового банку передбачено, що його кредитні ресурси спрямовуються винятково на розвиток виробництва, приватного сектора економіки, малого бізнесу, а також на підтримку міжнародних зусиль з охорони довкілля.

**Міжнародний банк реконструкції та розвитку (МБРР)** – це спеціалізований заклад ООН, міждержавний інвестиційний інститут, головною метою якого є сприяння країнам-членам у розвитку їхньої економіки шляхом надання довгострокових позик і кредитів, гарантування приватних інвестицій.

Членами МБРР є 181 країна, лідерами у цій організації є США, Японія, Великобританія, Німеччина, Франція, Канада та Італія.

**Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР)** створений у травні 1990 р. з метою сприяння реформам у країнах Центральної і Східної Європи, спрямованим на перехід цього регіону до ринкової економіки.

Як глобальні проблеми (ті, що мають планетарний характер, загрожують всьому людству загибеллю або регресом і вимагають швидкого вирішення) можна зазначити: подолання бідності й відсталості; проблему миру та демілітаризації; продовольчу, екологічну, демографічну проблеми; питання нерационального природокористування і відходів. Основні глобальні проблеми сучасності, з якими стикається людство, та їхня характеристика наведені на рисунку 4.2.



Рисунок 4.2 – Основні глобальні проблеми сучасності, з якими стикається людство та їхня характеристика

## 4.2 Циклічність як форма розвитку економіки

Економіка знаходиться в постійному русі, а її розвиток відбувається хвилеподібно, циклічно. Зростання економіки неминуче змінюється недовиробництвом, а потім перевиробництвом. З метою визначення цих явищ вводиться поняття економічного циклу.

Явище циклічності – це природна властивість економіки, спосіб її руху, об'єктивне явище, притаманне всім країнам із ринковою економікою.

**Економічний цикл** – це рух економіки від однієї макроекономічної рівноваги до іншої в масштабах національної економіки.

Характерною рисою циклічності є рух не по колу, а по спіралі, що є формою прогресивного розвитку. Природа циклів є однією з найбільш суперечливих та маловивчених проблем. Існує декілька концепцій щодо пояснення причин їхнього виникнення: деякі науковці пов'язують їх із певними імпульсами, які спричиняють коливання (наукові винаходи, війни, революції тощо).

**Цикли** – це періодичні коливання економічної активності, які пов'язані з відновленням економічної рівноваги на споживчому ринку. За період циклу створюється нова структура економіки.

Сучасна економічна теорія циклічності містить такі основні фази:

– вершина (пік, бум), для якої характерна максимальна зайнятість, виробництво працює на повну потужність;

- стиснення (рецесія, спад, криза), на якій відбувається спад виробництва. Існує два види криз: для ринкової економіки характерним є перевиробництво (коли товари неможливо реалізувати, накопичуються їхні запаси, що спричиняє масові банкрутства, зростання безробіття, підвищення ставки за кредит ) й недовиробництво (що викликає дефіцит);
- депресія (застій) як наслідок попереднього етапу. Частина товарів знищується, інша – реалізується за заниженими цінами;
- поживлення;
- підйом (рис. 4.3).

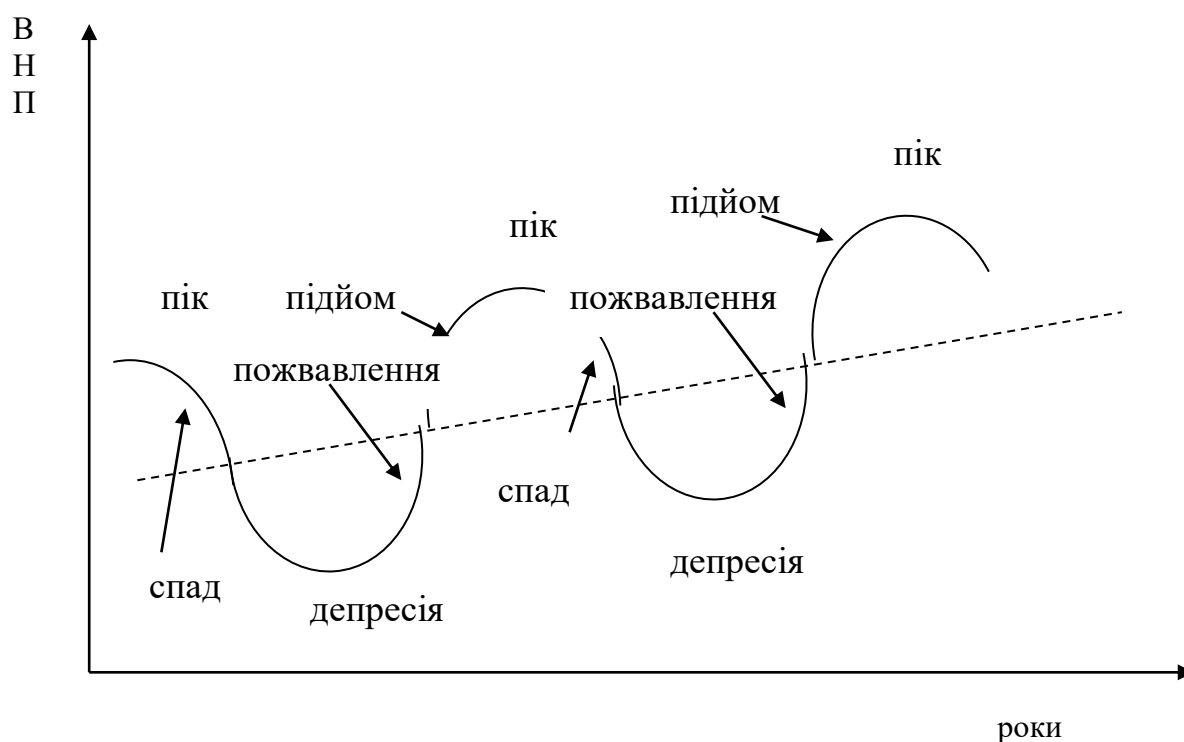


Рисунок 4.3 – Сучасна економічна теорія циклічності

Економічній науці відомо більш 1 380 типів циклічності. Сучасна економіка переважно оперує чотирма з них: короткостроковим; середньостроковим; довгохвильовим; столітнім.

Циклічні зміни на товарному ринку часто відбуваються не поступово, а різко, у вигляді шоків. **Шок** – це несподівано різка зміна параметра.

**Типи шоків в економіці:**

- позитивні шоки (несподівано різке збільшення сукупного попиту або сукупної пропозиції);
- негативні шоки (несподівано різке скорочення сукупного попиту або сукупної пропозиції).

**Основні групи шоків**, що викликають зміни потоків реальних благ усередині країни:

- демографічні;
- природно-екологічні;
- технологічні.

Історії відомі фінансові шоки (1929 р., 1997 р., 1998 р., 2008 р. та ін.)

**Групи факторів щодо пояснення циклічності:**

- зовнішні (екзогенні) – наприклад, війни, винаходи, природні катаклізми, міграція населення тощо;
- внутрішні (ендогенні) – наприклад, скорочення інвестицій, недостатнє споживання доходів, заощаджень тощо;
- еkleктичні (синтезовані).

На хід економічного циклу може впливати держава. **Антициклічна політика держави** – це політика згладжування циклічних коливань, тобто пом'якшення циклічних явищ.

#### **4.3 Економічне зростання національної економіки**

Національна економіка є відкритою динамічною системою. Чинниками та умовами її руху є економічне зростання та розвиток.

**Економічне зростання** визначається як підсумковий результат розвитку національної економіки, що вимірюється темпами приросту реального обсягу ВВП або темпами приросту цього показника в розрахунку на душу населення або збільшення реального ВВП в розрахунку на одного зайнятого.

Науковці пропонують дві протилежні концепції щодо перспектив економічного зростання економічної системи. Згідно з першою економічне зростання розглядається як єдиний шлях забезпечення матеріального добробуту й підвищення якості життя населення, прихильники другого підходу зазначають обмеженість природних ресурсів, екологічні загрози.

**Економічне зростання визначається:**

- як збільшення обсягу реального ВВП або ЧНП за деякий період часу;
- як збільшення реального ВВП або ЧНП на душу населення за певний період часу.

**Основні цілі економічного зростання:**

- підвищення матеріального добробуту населення, збільшення вільного часу, підвищення зайнятості;
- підтримання національної безпеки.

### **Ефективність економічного зростання включає:**

- поліпшення якості товарів і послуг;
- освоєння виробництва нових товарів;
- поглиблення спеціалізації і кооперації виробництва;
- підвищення ефективності управлінських процесів;
- поліпшення розподілу виробничих ресурсів;
- освоєння нових технологій.

Економічне зростання не є абсолютним благом, наслідки його впливу на всі суспільні явища та процеси, екологію може бути вкрай негативними. Високі темпи економічного зростання можуть відбуватися шляхом погіршення якості, тому кращими є невисокі, але стабільні темпи економічного зростання у межах 2–5 %.

Необхідно розрізнити поняття «економічне зростання» й «економічний розвиток». Поняття розвитку є більш широким та змістовним, економічне зростання є частковим випадком розвитку.

### **Типи економічного зростання:**

- екстенсивний – розширення обсягу матеріальних благ і послуг шляхом використання більшої кількості чинників (збільшення робочої сили, капіталу);
- інтенсивний – якісне поліпшення чинників економічного зростання (удосконалення технологій, підвищення якості ресурсів).

### **Чинники економічного зростання:**

- прямі – ті, які визначають фізичну здатність до економічного зростання;
- непрямі – ті, які впливають на можливість перетворення цієї здатності в дійсність.

### **Чинники, які стримують економічне зростання:**

- недосконале законодавство;
- недостатнє державне втручання в питання охорони середовища, охорони праці та правил безпеки;
- трудові конфлікти, затяжні страйки тощо;
- загальна соціальна і політична нестабільність у суспільстві;
- значні природні катаклізми, пандемії і війни;
- нестача території і (або) природних ресурсів тощо.

Існує погляд, що економічне зростання для країн, що розвиваються, має бути прискореним, для розвинених – оптимальним є помірне зростання з урахуванням екологічних та інших наслідків.

#### 4.4 Кризові явища в економіці. Туризм і готельний бізнес в умовах пандемії та невизначеності

У світовій та національних економіках країн світу періодично виникають економічні кризи, які суттєво впливають на діяльність суб'єктів господарювання. Кризові явища виникали завжди, супроводжуючи всю історію розвитку людства. Зокрема, найвідомішими у ХХ–ХХІ століттях стали такі світові фінансово-економічні кризи, як, наприклад: Міжнародна фінансова криза (1914–1918 рр.), Світова економічна криза (1920–1922 рр.), Велика депресія (1929–1933 рр.), криза долара (1933 р.), Перша енергетична криза (1973 р.), «Чорний понеділок» – обвал Індексу Доу-Джонса (1987 р.), Мексиканська криза (1994 р.), Азіатська криза (1997 р.), Криза.com – крах інтернет-компаній (2001–2003 рр.), Міжнародна фінансово-економічна криза (2008–2009 рр.).

Попри це ще й досі відсутні загально визнані уявлення про їхню сутність, причини та наслідки в соціально-економічних системах.

Криза є однією з чотирьох фаз економічного циклу розвитку економіки, тому й це явище є циклічним.

**Криза** – специфічна фаза розвитку, яка характеризується глибоким розладом, різким переломом звичного устрою системи, порушенням її рівноваги та збалансованості внаслідок динамічної безповоротної трансформації її елементів та має негативні наслідки.

Кризові явища та процеси є різними за суттю, причинами виникнення й наслідками. Ідентифікуючи кризу і розуміючи її особливості, з'являються можливості скорочення тривалості, зниження її гостроти та усунення негативних наслідків.

**Виділяють кризи** загальні та локальні, макро- і мікрокризи, економічні, соціальні, організаційні, психологічні, технологічні, природні, суспільні, екологічні та кризи іншого характеру прояву.

Основними **причинами виникнення криз** можуть бути визначені природні (наприклад, різноманітні стихійні лиха), суспільні, екологічні.

**Економічна криза** – невід'ємна фаза економічного циклу та негативне економічне явище, яке викликане диспропорціями, що виникають у процесі виробництва, обміну і споживання та проявляється в різкому погіршенні соціально-економічного стану країни через значний спад виробництва, порушення виробничих зв'язків, банкрутства підприємств, зростання безробіття та інфляції, і в підсумку – у зниженні життєвого рівня населення.

Таблиця 4.1 – Класифікація видів криз в економіці

Критерії	Види економічних криз
За рівнем виникнення	Глобальні (світові), державні, регіональні, міжгалузеві, галузеві, фірмові (макрорівень)
За місцем виникнення	Локальні, системні, стратегічні
За масштабами впливу	Мікрокризи, мезокризи, макрокризи, міжнародні
За характером причини виникнення	Закономірні, випадкові
За тривалістю в часі	Короткострокові, тривалі
За ступенем керованості	Керовані, некеровані
За ступенем тяжкості	Легкі, середньої тяжкості, катастрофічні
За характером повторюваності	Циклічні, нециклічні
За сферою функціонування	Соціальні, технічні, юридичні, політичні, екологічні, інформаційні, комбіновані
За характером розвитку	Раптові, поступові
За можливістю прогнозування	Прогнозовані, частково прогнозовані, непрогнозовані
За відношенням до суб'єкта господарювання	Зовнішні, внутрішні
За походженням	Штучні, природні
За наслідками прояву	Загальні, специфічні, індивідуальні

Науковці-економісти зазначають такі основні **функції криз**:

- усунення застарілих елементів діючої системи, яка вже вичерпала свій потенціал;
- формування нової системи, поштовх до майбутнього циклу (зростання);
- випробування на міцність, удосконалення та перехід до майбутнього циклу елементів діючої системи.

Кризові явища розвиваються в динаміці та проходять такі **стадії**:

- латентний період, коли передумови кризи вже існують, але ще не мають явного прояву;
- період обвалу, для якого характерним є загострення проблем, протиріч, погіршення всіх показників динаміки;
- період пом'якшення кризи, коли створюються передумови для її подолання и переходу до наступної фази економічного циклу;
- період прояву реальної можливості подолання кризи – відбувається адаптація до кризи, стабілізація, формується програма виходу із кризи.

Кризові явища в сучасному світі спричиняють й пандемії, як наприклад, у вигляді потужного виклику сучасному людству, який похитнув світову економіку – **пандемія COVID-19**.

Пандемія змінила життя людства, порушила ринки і виявила спроможність (або неспроможність) керівників всіх рівнів (від президентів країн до менеджерів підприємств) приймати адекватні управлінські рішення.

Висувається багато припущень щодо того, як зміниться світ після пандемії, здійснюються спроби змодельовати сценарії розвитку подій та наслідків цього, найбільшого з часів Другої світової війни, виклику людству, провести аналогії зі спалахами інших інфекційних захворювань. Проте їхня обґрунтованість та достовірність доволі хитка.

На сьогодні складно оцінити глибину та тривалість економічного спаду від пандемії на світовому і національному рівнях, адже оцінка його наслідків є вкрай непростим завданням через високий ступінь невизначеності.

Прогнози щодо подальшого відновлення глобальної економіки є доволі різними – від сценарію, що передбачає швидке відновлення економіки, до більш тривалого та навіть довгострокової рецесії.

За таких умов в економіці багатьох країн спостерігаються компоненти стану нестабільності: прискорення інфляції, безробіття, зниження ВВП, платоспроможного попиту та погіршення якості життя населення, масові банкрутства підприємств середнього та малого бізнесу тощо. Суттєві негативні наслідки спостерігаються і в секторах туризму й готельного бізнесу.

Намагання стримати розповсюдження пандемії шляхом закриття кордонів, введення карантинних обмежень, панічний страх деяких людей щодо зараження (вірусобія) фактично зупинило ці перспективні сфери послуг.

Сектор туризму та готельний бізнес постраждали найпершими та найбільше від глобальної пандемії. Було скасовано безліч туристських подорожей, відряджень, ділових та культурних заходів тощо. Як наслідок, деякі підприємства вимушені були припинити діяльність, інші – зазнали та продовжують зазнавати суттєвих збитків.

У світі, до початку пандемії, туристська індустрія розвивалася швидкими темпами, забезпечуючи суттєві внески у світовий валовий продукт (більше 10 %) та створюючи робочі місця для кожного десятого мешканця планети. На сьогодні важко оцінити прямий та опосередкований вплив від фактичної її зупинки. Особливістю туризму є те, що він стимулює додатковий попит туристів на послуги засобів розміщення, ресторанного господарства, сувенірну продукцію, товари народного промислу тощо.

Негативний вплив пандемії на туристську індустрію не обмежується лише економічними наслідками, адже окрім них можна зазначити соціально-культурні та екологічні чинники, а саме: зростання бідності та нерівності населення, загострення проблеми щодо збереження природи та культури.

Припинення туристської діяльності в деяких регіонах світу, де значна частка населення отримувала дохід лише від туризму, призвела до соціальної напруги, погіршення криміногенної ситуації, надмірної експлуатації або споживання природних ресурсів, використання останніх з метою отримання доходу, загострення проблеми збереження культурної спадщини та багатьох інших.

Складнощі та загрози, з якими стикаються підприємства в галузі туризму та готельному бізнесі, змушують суб'єктів господарювання виходити із зони комфорту й істотно змінювати функціонування, адаптуватися до динамічних умов сучасного ринку. Гнучка адаптивна політика, інноваційний підхід, удосконалення бізнес-процесів у поєднанні з державною підтримкою забезпечать новий поштовх розвитку означених галузей.

### **Контрольні запитання і завдання:**

1. Надайте визначення поняття «світове господарство», охарактеризуйте основні його елементи.
2. Охарактеризуйте сучасні тенденції світової економіки.
3. Які існують соціально-економічні типи країн світу. До якого, на вашу думку, можна віднести Україну?
4. Поясніть сутність явища глобалізації, охарактеризуйте її основні напрямки. Як глобалізація впливає на ГРГ?
5. Які основні міжнародні валютно-фінансові організації вам відомі. Які їхні основні завдання?
6. Поміркуйте, які існують основні глобальні проблеми світового господарства. Як деякі з них можуть впливати на розвиток туризму та ГРГ?
7. Поясніть поняття циклічності в економіці. Які її основні причини, фактори виникнення? Наведіть приклади циклів економіки.
8. Перелічіть основні фази економічного циклу. Що характерно для кожної з них?
9. Що таке шок в економіці, які їхні типи існують та які можуть бути наслідки?
10. За якими показниками можна визначити економічне зростання в економіці? У чому сутність економічного зростання?
11. Поміркуйте, чи справедливим є твердження «чим вищими є темпи зростання економіки – тим завжди краще».
12. Користуючись джерелами Інтернет, визначте та проаналізуйте основні світові фінансово-економічні кризи, їхні причини та наслідки. Поміркуйте, підтверджуючи висновки статистичною інформацією, як світові кризи впливають на сектор туризму та ГРГ?
13. До яких негативних наслідків призвела пандемія COVID-19? Як вона вплинула на сектор туризму та ГРГ?

## 5 ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ: БЕЗРОБІТТЯ, ІНФЛЯЦІЯ, ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА

### 5.1 Макроекономічна нестабільність: сутність, причини

Циклічність економіки, яка є властивістю економіки будь-якої країни, спричиняє макроекономічну нестабільність.

**Макроекономічна нестабільність** – це такий стан економіки, компонентом якого є інфляція, високий рівень безробіття, зниження ВВП.

Найбільший негативний вплив на економіку має інфляція: неочікуване зростання цін призводить до зниження реальної заробітної плати, що, зі свого боку, викликає скорочення попиту, як наслідок, скорочення виробництва та збільшення рівня безробіття. Зростання безробіття призводить до відставання ВВП.

### 5.2 Безробіття: сутність та його вплив на стан національної економіки

Одним із негативних явищ в економіці є високий рівень безробіття.

**Безробіття** – це соціально-економічне явище, за якого частина економічно активного населення не зайнята у сфері економіки (спостерігається перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї).

Відповідно до Закону України «Про зайнятість населення» до **зарєєстрованих безробітних** належать працездатні громадяни працездатного віку, які не мають заробітку чи інших передбачених законодавством доходів, зарєєстровані у державній службі зайнятості як такі, що шукають роботу, готові та здатні стати до підходящої роботи.

До безробітних, за методологією МОП (Міжнародної організації праці), відносяться особи віком 15–70 років (зарєєстровані та незарєєстровані в державній службі зайнятості), які одночасно відповідають трьом основним умовам:

- не мали роботи (прибуткового заняття);
- активно шукали роботу або намагались організувати власну справу впродовж останніх чотирьох тижнів, що передували опитуванню, тобто робили конкретні кроки протягом останніх чотирьох тижнів із метою знайти оплачувану роботу за наймом чи на власному підприємстві;

– були готові стати до роботи впродовж двох найближчих тижнів, тобто почати працювати за плату за наймом або на власному підприємстві.

**Основні види безробіття:**

- фрикційне (пов'язане з добровільною зміною місця роботи);
- структурне (виникає під впливом структурних диспропорцій на ринку праці);
- циклічне (виникає внаслідок циклічного спаду виробництва та є результатом зниження сукупного попиту на робочу силу);
- інституціональне (найчастіше пов'язано з надмірними соціальними виплатами непрацюючому населенню);
- сезонне.

**Основні форми безробіття:**

- за тривалістю: тривале (4–8 місяців), довготривале (8–18 місяців), застійне (більше 18 місяців);
- за волевиявленням незайнятої особи: добровільне (фрикційне та інституційне), примусове (технологічне, структурне, маргінальне, молодіжне, конверсійне тощо);
- за ступенем відкритості: відкрите та приховане;
- за обсягом: оптимальне (адже ринковій економіці однаково протипоказана як повна зайнятість, так і високий рівень безробіття) та природне (фрикційне та структурне).

**Щодо визначення природного рівня безробіття, існує декілька концепцій (розуміння, систем поглядів):**

- це така його величина, за якої заробітна плата та інфляція стійкі або знаходяться на допустимому рівні;
- це така його величина, за якої кількість незайнятих робочих місць дорівнює кількості безробітних;
- це такий рівень безробіття, за якого будь-яке підвищення попиту на працю не спричиняє скорочення чисельності безробітних; тобто, це – рівень безробіття, за якою воно здебільшого все добровільне.

**Природне безробіття**, рівень якого відповідає доцільному рівню повної зайнятості в економіці, за якого ВВП досягає максимального значення, існує у будь-якій країні. Наприклад, в економічно розвинутих країнах природна норма безробіття знаходиться на рівні 5–12 %.

Перевищення фактичного безробіття над природним негативно впливає на ВВП країни. Цей вплив характеризується **закономірністю А. Оукена**, яка дозволяє визначити зв'язок між рівнем безробіття і величиною ВВП.

Сутність закономірності Оукена: якщо фактичний рівень безробіття перевищує природній на 1 %, то недовиробництво ВВП складає 2,5 %. Відсоток відставання ВВП є розрахунковим, він може бути різним у різні періоди часу, для різних країн.

Безробіття вважається, з одного боку, важливим стимулятором активізації працюючого населення, з іншого – великим суспільним лихом (табл. 5.1).

Таблиця 5.1 – Наслідки безробіття

Соціальні наслідки	Економічні наслідки
Негативні наслідки	
Посилення соціальної напруги	Скорочення податкових надходжень до бюджетів всіх рівнів
Загострення кримінальної ситуації	Зниження ВВП країни
Зростання кількості психічних захворювань (депресій) серед населення	Падіння рівня життя населення, втрата кваліфікації безробітними
Посилення соціальної диференціації	Зростання витрат на виплату допомоги по безробіттю
Зниження трудової активності населення	Скорочення виробництва
Позитивні наслідки	
Підвищення соціальної цінності робочого місця	Створення резерву робочої сили для структурних змін в економіці
Збільшення особистого вільного часу та свободи вибору місця роботи	Зростання конкуренції між працівниками
Зростання соціальної значущості та цінності праці	Підвищення інтенсивності, якості і продуктивності праці персоналу

Для забезпечення економічної безпеки працюючих держава може використовувати **систему соціальних амортизаторів**, яка містить:

1) регулювання зайнятості:

- скорочує тривалість робочого тижня у період масового безробіття;
- достроково звільняє на пенсію робітників державного сектора, які не дослужили до пенсії 2–3 роки;
- створює нові робочі місця і організує суспільні роботи, особливо для хронічно безробітних і молодих;
- скорочує пропозицію робочої сили на ринку праці: обмежує імміграцію бажаючих працювати і стимулює репатріацію іноземних громадян та інше;

2) біржі праці – займаються обліком та працевлаштуванням безробітних, сприяють бажаючим змінити роботу, вивчають стан ринку робочої сили і надають інформацію про нього, допомагають професійній орієнтації молоді;

3) фонди страхування на випадок безробіття, які надають людям, що втратили роботу, матеріальну допомогу.

**Соціальний захист** – діяльність держави й органів місцевого самоврядування, громадських організацій, підприємств, яка спрямована на створення сприятливого для людини навколишнього середовища, охорону материнства та дитинства, надання допомоги сім'ї, охорону здоров'я громадян, професійну підготовку громадян, забезпечення зайнятості населення, охорону праці, регулювання заробітної плати і доходів населення, забезпечення громадян житлом, регулювання права власності держави, матеріальне обслуговування та забезпечення непрацевдатних, інших громадян, які потребують соціальної підтримки.

**Соціальний захист економічно активного населення** здійснюється за такими основними напрямками:

- заходи держави, пов'язані з кваліфікаційною підготовкою до трудової діяльності;
- заходи, що забезпечують можливість реалізації здібностей кожного у процесі трудової та виробничої діяльності та сам процес такої діяльності;
- заходи, спрямовані на створення нових робочих місць і підтримку працівників, які втратили роботу.

### **5.3 Інфляція, її види (форми), причини та наслідки**

Поняття інфляції вперше застосували в Північній Америці в період громадянської війни 1861–1865 рр., воно означало збільшення паперово-грошового обігу. Проте як явище спостерігалось ще у Стародавній Греції. У сучасному розумінні поняття інфляції стало застосовуватися після Другої світової війни.

**Інфляція** (від лат. inflation – надування) – це стійке і відчутне зростання цін, яке виникло внаслідок того, що значна частина грошової маси виявилася не забезпеченою економічними благами; це процес знецінення грошової маси, який супроводжується зростанням цін або дефіцитом товарів.

Проте не всяке підвищення цін є інфляційним. Якщо ціни на одну групу товарів збільшились, а на іншу зменшились, то таке зростання не є інфляційним.

Не варто ототожнювати інфляцію з грошовою **емісією** (лат. emissio – випуск) як законодавчо обумовленим випуском додаткових грошей в обіг. Емісія може мати інфляційний або неінфляційний характер. Якщо додатковий випуск грошей викликаний збільшенням реального обсягу виробництва, то емісія неінфляційна, якщо ж випуск грошей спрямований на покриття

фінансування дефіциту державного бюджету, то емісія інфляційного характеру.

Існує декілька **концепцій інфляції**, серед них:

- економічні: монетарні (пов'язані з грошами) та немонетарні;
- неекономічні: природні (стихійні лиха, техногенні катастрофи, епідемії) та політичні (війни, мілітаризація економіки).

У реальному житті інфляцію спричинюють як монетарні, так і немонетарні чинники.

**До основних причин інфляції можна віднести:**

- грошова емісія, не забезпечена товарною масою;
- кредитна емісія;
- криза валютно-фінансової системи;
- зростання бюджетного дефіциту та державного боргу;
- мілітаризація економіки, яка є причиною збільшення видатків бюджету, додаткового поглинання матеріальних і трудових ресурсів, а отже, вилучення із сфери виробництва споживчих товарів, збільшення споживчого попиту з боку зайнятих в оборонній промисловості;
- державна монополія;
- монополізм підприємств;
- механізм оподаткування (при збільшенні податку на прибуток проявляється тенденція до зниження обсягів виробництва).

Причинами інфляції прихильники **немонетарної теорії** вважають:

1) зростання витрат виробництва внаслідок:

- перевищення темпів зростання заробітної плати над темпами зростання продуктивності праці;
- перевищення темпів зростання податків над темпами зростання доходів;
- зростання цін на сировину та енергоресурси;

2) зростання сукупного попиту, не пов'язаного зі зростанням грошової маси;

3) структурні зрушення в сукупному попиті, які виявляються в зростанні попиту на нові престижні товари при зростанні добробуту населення, що призводить до зростання їхніх цін, але на інші товари вони не знижуються, і зменшується їхня пропозиція, отже загальний рівень цін зростає;

4) зміни структури ринку, пов'язані із владою монополій, олігополій та держави, яка реалізується в адміністративному монопольному зростанні цін.

Існує значна кількість ознак **класифікації інфляції**, серед них:

- за формами прояву: цінова, інфляція заощаджень, девальвація (знецінення національної валюти відносно твердих валют);
- за темпами знецінення грошей (повзуча – підвищення цін до 5 % за рік; помірна – від 5 % до 20 %, галопуюча – від 20 % до 50 % або, навіть, до 100 %; гіперінфляція – більш ніж на 100 %; супергіперінфляція – до 1 000 % та більше);
- залежно від зростання цін: збалансована (пропорційна зміна на різні товари) та незбалансована;
- залежно від ступеня передбачення: очікувана (прогнозована) і неочікувана;
- залежно від розповсюдження інфляційних процесів: локальна або світова.

Інфляційні процеси **негативно впливають на економіку**, а саме:

- знецінюються заощадження;
- знижується реальна заробітна плата;
- зменшується споживання;
- поглиблюється нерівність у суспільстві;
- гальмується технічний прогрес;
- ціни втрачають регулювальну роль;
- зникають стимули до продуктивної діяльності;
- з'являється необхідність переходу від економічних до адміністративних методів регулювання економіки.

Статистичним показником, який характеризує зміну цін (тарифів) на споживчі товари та послуги в часі є **індекс інфляції** (індекс споживчих цін). Він визначається за вартістю «споживчого кошика».

«Споживчий кошик» – це законодавчо встановлений набір товарів і послуг, який приймається за масштаб для виміру динаміки цін.

#### **5.4 Тіньова економіка та її вплив на готельно-ресторанне господарство**

Ще одним негативним явищем є **тіньова економіка** – не заборонена законом діяльність суб'єктів господарювання, яка приховується від органів державної влади з метою ухилення від сплати податків, внесків на соціальне забезпечення, від додержання стандартів мінімального розміру заробітної плати, максимальної тривалості робочого дня, стандартів безпеки та санітарних норм, від окремих адміністративних процедур, зокрема заповнення статистичної звітності та інших адміністративних форм.

Тіньова економіка паразитує на легальній й одержує прибуток не тільки від приховуваних реальних прибутків у сфері тіньового бізнесу, а й частково від послуг легальної економіки, що знову ж таки збільшує розміри її прибутків.

**Суб'єкти тіньової економічної діяльності** є такими, що прагнуть до максимізації вигоди незаконним шляхом, минаючи або порушуючи вимоги законодавства.

**У наукових колах світу** немає єдиної позиції щодо визначення поняття «тіньова економіка», «чорна» (black), «таємна» (clandestine), «прихована» (hidden), «неформальна» (informal), «невидима» (invisible), «нерегульована» (irregular), «неофіційна» (non-official), «паралельна» (parallel), «друга» (second), «тіньова» (shadow), «секретна» (subterranean), «підпільна» (underground), «неповідомлена» (unobserved), «неофіційна» (unofficial), «незарєєстрована» (unrecorded) економіка.

**В Україні** немає єдиного підходу не тільки до категоріального апарату (іллегальна, невидима, нелегальна, кольорова – на кшталт сіра, чорна тощо, андеграундна, прихована тощо), а й до трактування змісту тіньової економіки, що значно ускладнює можливість оцінки її масштабів, наслідків та шляхів протидії.

**Тіньова економіка має три складники:**

– неформальна економіка – нерегламентовані виробництво товарів і надання послуг (суб'єкти – дрібні власники, наймані робітники, дрібні та середні державні службовці);

– прихована економіка – це легальне виробництво та продаж товарів і послуг, які не обліковані (суб'єкти – тіньові господарники, тобто підприємці, комерсанти, фінансисти, банкіри, промисловці тощо);

– підпільна (кримінальна) економіка – заборонені види діяльності (корупція, торгівля наркотиками тощо) (суб'єкти – безпосередньо кримінальні особи – наркоторговці, бандити, суб'єкти, тіньова діяльність яких пов'язана з використанням їхнього офіційного статусу (службового становища).

**До основних причин виникнення тіньової економіки можна віднести:**

– загальні – заборони й обмеження;

– часткові – високе податкове навантаження та неефективна система його адміністрування; чисельні бюрократичні процедури; недовіра до інститутів влади й судової системи; корумпованість усіх ешелонів чиновництва тощо, зрештою – взаємодія тіньової економіки з тіньовою політикою.

Тіньова економіка має соціальну сутність, пов'язану із психологічним розвитком людини.

До тіньового державно-приватного партнерства в Україні відносяться **тіньова економіка і тіньова політика**. Остання:

- створює сприятливе інституційне середовище (вигідні умови) для існування тіньової економіки;
- демонструє активну «боротьбу» з тіньовою економікою (корупцією);
- курує тіньові потоки з метою контролю за ними та їхнього використання для «державних інтересів» тощо.

Зі свого боку **тіньова економіка** стає:

- джерелом фінансування тіньової політики;
- суб'єктом використання державних ресурсів задля конкурентоспроможності на ринку;
- засобом безкарності, мобільності, високої інформованості суб'єктів;
- покупцем адміністративних послуг і посадових місць.

**Основними чинниками зародження та поширення тіньової діяльності й тіньових процесів в Україні** можна визначити:

- існування неповноцінного ринкового середовища;
- вади у діяльності судової влади;
- недосконалість фіскальної політики та непередбачуваність змін у податковому законодавстві;
- недосконалість державного регулювання;
- активізація корупційних проявів та значний обсяг корупції;
- дисбаланси структури зайнятості;
- недостатній захист прав на рухому та нерухому власність тощо.

**Заходами, метою яких є сприяння легалізації тіньового сектора економіки України**, можуть бути:

- створення сприятливого середовища для розвитку бізнесу;
- моніторинг офшорних зон;
- удосконалення податкової системи;
- створення і впровадження прозорої системи податкових пільг;
- оптимізація адміністрування податків;
- розробка механізмів притягнення до юридичної відповідальності недобросовісних платників;
- оголошення податкової амністії;
- підтримки балансу між фіскальною і регулювальною функціями податків;
- подолання нелегального ринку праці;

- удосконалення соціального страхування і зниження фіскального навантаження на фонд оплати праці (зокрема проведення пенсійної реформи);
- адекватна оплата праці;
- легалізації заробітної плати;
- підвищення обізнаності громадськості, забезпечення її впливу на рішення влади;
- державна підтримка інноваційних та інвестиційних проєктів у реальному секторі економіки;
- зміцнення системи органів державної влади;
- застосування суворих мір покарання за корупцію і рейдерство;
- мінімізація державного регулювання різних сфер життя;
- забезпечення прозорості реального сектора економіки.

**Тіньові економічні явища** зустрічаються також у туризмі та ГРГ, серед них:

- ухиляння від сплати податків;
- неофіційне працевлаштування персоналу;
- виплата зарплати у мінімальному розмірі та доплати готівкою;
- надання послуг населенню (приватне житло).

**Шляхи зниження рівня тіньової економіки у сфері туризму:**

- розвиток кредитно-фінансових механізмів, які спрямовані на підтримку туристичних підприємств;
- інвестиційна підтримка проєктів туристичних підприємств;
- скорочення адміністративних бар'єрів, які стримують розвиток туристичних підприємств;
- надання інформаційної допомоги підприємцям туристичних підприємств;
- удосконалення нормативно-законодавчої бази у сфері туризму;
- застосування спрощеної системи оподаткування для суб'єктів підприємницької діяльності у сфері туризму;
- опрацювання й ухвалення Податкового кодексу України;
- застосування системи відповідальності платника податків за податкові правопорушення;
- використання електронних карток та безготівкових розрахунків у сфері туризму;
- застосування в діяльності туристичних підприємств реєстратора розрахункових операцій або контрольно-касового апарату;
- координованість дій усіх залучених сторін;
- активність діяльності місцевої влади.

## 5.5 Вплив держави на національну економіку

**Втручання держави в економічні процеси в ринковій системі має об'єктивні межі** – воно не повинно підривати ринкові механізми ефективного розподілу і використання економічних ресурсів, перешкоджати підприємницькій ініціативі щодо впровадження технологічних та організаційних нововведень у виробництві.

Тому у сучасній ринковій економіці держава зазвичай покладає на себе функції, які не може виконувати ринок сам по собі або може їх виконувати недостатньо ефективно.

До **функцій держави** у сучасній ринковій економіці відносять:

- визначення пріоритетів і стратегічних цілей макроекономічного розвитку, виходячи зі стану національної економіки і перспектив її розвитку;
- утворення правової бази («правил гри»), яка сприяє ефективному функціонуванню ринкової економіки;
- усунення або зменшення вад ринкового саморегулювання – захист конкуренції; виробництво суспільних благ; регулювання економічної діяльності з позитивними та негативними зовнішніми ефектами; формування інформаційної інфраструктури ринку, загальнодержавних та регіональних інформаційних структур задля зменшення або подолання інформаційної асиметрії – нерівномірного розподілу інформації між учасниками ринкових угод; стабілізаційна політика з метою зменшення амплітуди циклічних коливань економічної кон'юнктури;
- здійснення крупних структурних зрушень в економіці, обумовлених НТР, і стимулювання економічного зростання – використовуючи індикативне (рекомендаційне) програмування, державні замовлення, субсидування, пільгове оподаткування й кредитування, протекціонізм, уряд сприяє становленню та прискореному розвитку прогресивних, конкурентоспроможних на світовому ринку галузей національної економіки, паралельно запроваджуючи програми зі згортання виробництва у деяких традиційних галузях (зазвичай матеріало- і енергоємних, що забруднюють навколишнє середовище);
- соціальний захист населення;
- вирішення екологічних проблем.

**Державне регулювання економіки** – це цілеспрямована діяльність держави щодо створення правових, економічних і соціальних передумов для ефективного функціонування ринкового механізму та мінімізації його негативних наслідків, а також вирішення складних проблем розвитку національної економіки, які не здатний розв’язати ринковий механізм.

**Державне макроекономічне регулювання** може переслідувати такі цілі:

- економічного зростання;
- ефективної зайнятості;
- зростання економічної ефективності;
- стабільного рівня цін;
- соціальної безпеки і соціальної справедливості;
- зміни ступеня і способу участі певної національної економіки у міжнародному розподілі труда;
- покращити стан природного середовища.

**Основні напрямки державного макроекономічного регулювання:**

- формування правової бази для ефективного функціонування економіки;
- управління державним сектором економіки;
- фінансово-бюджетне та грошово-кредитне регулювання;
- макроекономічне прогнозування та планування;
- регулювання структурної перебудови економіки;
- регулювання науково-технічних та інноваційних процесів;
- соціальне регулювання;
- регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- регулювання природоохоронної діяльності.

У різних розвинутих країнах ступінь втручання держави в економічні процеси значно відрізняється, виділяють **два основні види регулювання:**

- економічний лібералізм (лат. – вільний) – це система соціально-економічних відносин, у якій домінують ринкові регулятори, а роль держави зведена до мінімуму (США, Канада, Австралія, Великобританія та ін.);
- економічний дирижизм (лат. – керований) передбачає значний вплив держави на соціально-економічний розвиток країни (Швеція, Данія, Норвегія, Австрія, Японія, Франція та ін.).

**Методи державного регулювання економіки** – це способи впливу держави в особі законодавчих та виконавчих органів на споживацький, підприємницький, державний та міжнародний сектори економіки, на інфраструктуру ринку відповідно до мети державної економічної політики.

### **Серед методів державного регулювання економіки можна зазначити:**

– методи прямого впливу, які безпосередньо впливають на функціонування суб'єктів ринку (нормативно-правові акти, державна підтримка макроекономічних планів та цільових комплексних програм, державні контракти та державні замовлення, субсидії, субвенції, дотації, прямі видатки уряду, стандарти, ліцензії, квоти, ліміти, встановлення фіксованих цін та валютних курсів;

– методи непрямого регулювання, що впливають на суб'єктів економічних відносин опосередковано, через їхні економічні інтереси, шляхом створення стимулів для раціональної поведінки, що відповідає цілям державного регулювання (рівень оподаткування та система податкових пільг; регулювання цін; плата за ресурси, процентні ставки за кредит і кредитні пільги; митне регулювання експорту й імпорту, валютні курси та умови обміну валют).

### **Контрольні запитання і завдання:**

1. Який стан економіки характеризує макроекономічну нестабільність, що спричиняє її виникнення?
2. Поясніть, як пов'язані між собою явища інфляції, безробіття, ВВП?
3. Охарактеризуйте соціально-економічне явище «безробіття». Які види та форми безробіття вам відомі?
4. Які існують концепції щодо визначення природного рівня безробіття?
5. Як співвідносяться природний та фактичний рівень безробіття, які види безробіття є їхніми елементами?
6. Що характеризує закономірність Оукена?
7. Охарактеризуйте основні позитивні та негативні наслідки безробіття.
8. Як держава може впливати на рівень безробіття в національній економіці?
9. Надайте визначення категорії «інфляція», чи всяке підвищення цін є інфляційним? Поясніть.
10. Охарактеризуйте основні причини та наслідки інфляції.
11. Поміркуйте, чи завжди емісія (додатковий випуск грошової маси) має інфляційний характер?
12. Які види інфляції за темпами знецінення грошей вам відомі? Охарактеризуйте кожен із них.
13. Яку діяльність суб'єктів господарювання можна віднести до тіньової економіки, надайте визначення цієї категорії?
14. Охарактеризуйте основні складові тіньової економіки.
15. Які основні причини виникнення та наслідки тіньової економіки?

16. Як пов'язані між собою тіньова економіка та тіньова політика?

17. Які причини високого рівня тіньової економіки в Україні? Які існують шляхи подолання такої ситуації?

18. Які тіньові економічні явища спостерігаються в туризмі та ГРГ? Охарактеризуйте їхні наслідки.

19. Охарактеризуйте основні методи державного регулювання економіки.

20. Які основні види регулювання економіки за ступенем втручання держави вам відомі?

21. Користуючись офіційною статистичною інформацією, дослідити за останні п'ять – десять років:

- рівень безробіття в Україні та світі;

- рівень безробіття у сфері готельно-ресторанного господарства в Україні та світі.

22. Користуючись офіційною статистичною інформацією, проаналізувати за останні п'ять – десять років динаміку:

- мінімальної заробітної плати в Україні;

- інфляції;

- середньої заробітної плати в Україні;

- середньої заробітної плати по регіонах України;

- середньої заробітної плати у галузі готельно-ресторанного господарства.

## 6 МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ РІВЕНЬ ГОСПОДАРСЬКОЇ СИСТЕМИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА. ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

### 6.1 Основні поняття та принципи мікроекономіки

**Мікроекономіка** вивчає діяльність окремих економічних суб'єктів за ринкових умов та досліджує механізми функціонування конкретних ринків.

Мікроекономіка ґрунтується на таких **основних принципах**:

- наявність проблеми вибору, пов'язаного з витратами;
- можливість передбачення реакції економічних суб'єктів на стимули;
- можливість взаємовигідного обміну;
- наявність майбутніх наслідків поточного вибору;
- економічні системи впливають на індивідуальний вибір і стимули.

Суб'єкти господарювання здійснюють вибір в умовах ринку (рис. 6.1).



Рисунок 6.1 – Ринок та його характеристики

Через взаємодію попиту та пропозиції розкривається дія ринкового механізму, а їхній аналіз є універсальним інструментом дослідження поведінки будь-яких економічних суб'єктів, зокрема й підприємств готельно-ресторанного господарства.

### 6.2 Попит, пропозиція, їхній взаємозв'язок

**Попит** характеризує кількість (обсяг) товару чи послуги, яку споживачі готові (бажають та спроможні) придбати за кожного рівня цін (за інших однакових умов) у визначений період часу.

**Туристський попит** – підтверджені платоспроможністю туристські потреби населення, виражені в певній кількості туристського продукту, які воно може придбати за існуючих цін.

**У господарській практиці підприємств ГРГ зазвичай відокремлюють такі види попиту:**

- макропопит (попит на великі, об'єднані за тією чи іншою ознакою групи товарів (послуг), і мікропопит (попит на окремі види товарів (послуги);
- міський і сільській попит (попит окремих соціальних груп населення);
- задоволений і незадоволений попит;
- умовно задоволений попит (товари (послуги) придбані, але вони нижчої якості або іншого виду);
- відкладений попит (покупка відкладена до нагромадження певної суми грошей);
- чітко сформульований попит;
- альтернативний попит;
- імпульсивний або спонтанний попит та ін.

Найвища ціна, яку згодні заплатити споживачі за певну кількість товару, має назву **ціна попиту**, а максимальна кількість товару, яку погоджуються придбати споживачі за певною ціною за певних умов у певний час є **величиною попиту**.

**Необхідно розрізняти величину попиту й сам попит!** При зниженні ціни величина попиту збільшується, а сам попит (як вираження потреби в конкретному товарі) залишається незмінним.

Обернену залежність між ціною товару і величиною попиту на нього характеризує **Закон попиту**, тобто при зниженні ціни величина попиту зростає і зменшується при підвищенні ціни. Проте закон попиту діє не завжди.

**Випадки, коли закон попиту не діє:**

- при ажіотажному попиті, викликаному очікуваним підвищенням цін;
- для деяких рідкісних і дорогих товарів (золото, коштовності, антикваріат й ін.), що є засобом тезаврації (накопичення) грошей;
- при перемиканні попиту на більш якісні й дорогі товари.

**Закон попиту базується:**

- на ефекті доходу (при зниженні ціни товарів, споживачі, яким не вистачало раніше грошей на їхню купівлю, тепер можуть це зробити);
- на ефекті заміни (при зниженні ціни товарів у споживачів з'являється бажання придбати дешевші товари замість аналогічних дорожчих);

– на законі спадної граничної корисності (кожна наступна одиниця товару приносить споживачу меншу користь).

**До основних факторів впливу на формування споживчого попиту належать:**

- бажання (потреби);
- можливості (ресурси).

**Групи факторів, що впливають на попит:**

- кількість споживачів;
- доходи споживачів;
- накопичене багатство;
- смаки та уподобання споживачів (суб'єктивні фактори);
- ціни на товари-замінники (субститути) та доповнювальні (комплементарні) товари;
- цінові та дефіцитні очікування споживачів.

**У туризмі та ГРГ на споживчий попит впливають:**

- політична і економічна стабільність держави;
- кліматичні умови;
- географічні умови;
- демографічний чинник;
- психологічні чинники;
- споживчі смаки туристів;
- кількість туристів;
- дохід;
- ціни туристських (готельних, ресторанних) продуктів;
- очікування споживачів тощо.

Доходи споживачів неоднозначно впливають на попит (рис. 6.2).

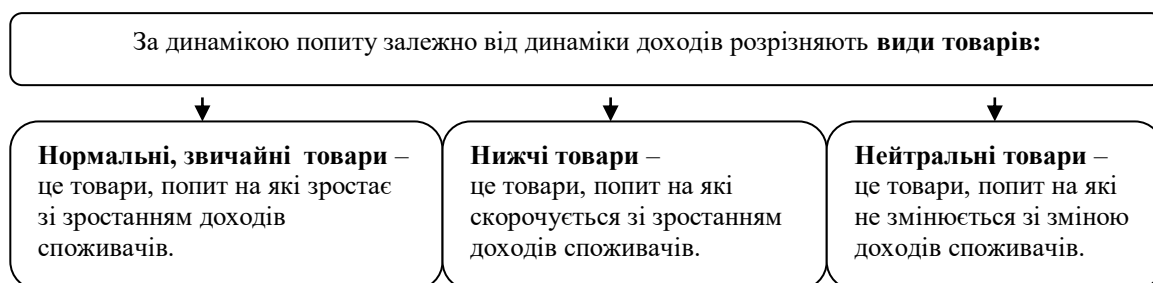


Рисунок 6.2 – Види товарів за впливом на попит

Є товари, для яких закон попиту не діє (зазвичай це товари, що займають велику частку в бюджеті бідних споживачів); неякісний товар, для якого ефект доходу переважає над ефектом заміщення.

Ці товари називаються **товарами Гіффена**. Зростання споживання товару із підвищенням ціни на нього – **парадокс Гіффена**. Проте не всі товари нижчої категорії є товарами Гіффена.

Існують також соціальні ефекти, які призводять до специфічних змін попиту. Наприклад, **ефект Веблена** (названий на ім'я американського вченого Торстейна Веблена), або ефект снобізму, описує демонстративне споживання, коли ціна придбаного товару демонструє рівень доходів та статус (елітність) покупця. Товари Веблена – це предмети розкоші, попит споживачів на які з високим рівнем доходу зростає, незважаючи на підвищення цін на них. Якщо ціна на такий товар знижується, то це розцінюється споживачами як падіння їхньої престижності, тому попит скорочується.

Є товари, зміна в попиті на один з яких спричиняє зміни в попиті на інші (рис. 6.3). Такі товари називаються спорідненими.

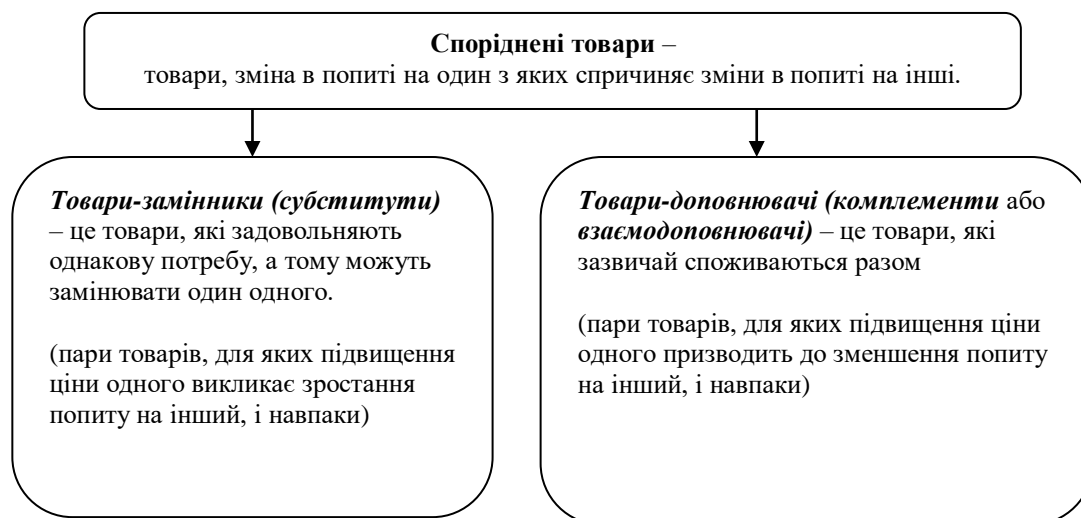


Рисунок 6.3 – Види споріднених товарів

**Пропозиція** – це кількість (обсяг) товару або послуги, яку виробники готові (бажають і спроможні) поставити для продажу на ринок при кожному рівні цін (за інших однакових умов) у визначений період часу.

**Пропозиція в туріндустрії** – це сукупність туристських продуктів із певними цінами, які знаходяться на туристському ринку і які можуть або мають намір продати виробники-продавці.

Найнижча ціна, за яку виробники згодні виробити певну кількість товару, є **ціною пропозиції**, а максимальна кількість товару, яку погоджуються виготовити виробники за певною ціною за певних умов у певний час **величина – пропозиції**.

**Закон пропозиції** – пропозиція, при інших рівних умовах, змінюється в прямій залежності від зміни попиту. Із ростом цін виробники пропонують до продажу більшу кількість товарів, а в міру їхнього зниження – меншу.

**Основні групи факторів, що впливають на пропозицію:**

- кількість виробників;
- ціни на виробничі ресурси;
- технологія виробництва;
- природно-кліматичні умови виробництва;
- державні податки та субсидії;
- цінові та дефіцитні очікування виробників.

**Продукту готельного бізнесу** разом із загальними характеристиками послуг **властиві свої відмінні особливості:**

- попит на продукти готельного бізнесу надзвичайно еластичний у відношенні до рівня прибутку і цін, але багато в чому залежить також від політичних і соціальних умов;
- у зв'язку із сезонними коливаннями попиту є феномен насичення; унаслідок чого можуть бути виділені достатньо чітко виражені зони готельного бізнесу;
- пропозиція продуктів готельного бізнесу відрізняється негнучким виробництвом; вони можуть споживатися тільки безпосередньо в місці їхнього виробництва;
- продукт готельного бізнесу створюється зусиллями багатьох підприємств, кожне з яких має власні методи роботи, специфічні потреби й різні комерційні цілі;
- не може бути досягнуто високої якості продукту готельного бізнесу за наявності навіть незначних недоліків, оскільки саме обслуговування туристів складається з цих самих дрібниць.

### 6.3 Еластичність та її вплив на прийняття рішень у готельно-ресторанному господарстві

Ступінь впливу низки факторів на величину попиту оцінюється за допомогою показників еластичності – **коефіцієнтів еластичності попиту**.

**Еластичність** – міра реагування однієї змінної величини внаслідок зміни другої змінної величини на 1 %.

Розрізняють декілька **видів коефіцієнтів еластичності**:

**1. Коефіцієнт еластичності попиту споживачів за ціною** показує, на скільки відсотків зміниться величина попиту в разі зміни ціни товару на 1 %. Загальна формула для визначення коефіцієнта цінової еластичності:

$$E_p^d = \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

де  $E_p^d$  – значення коефіцієнта еластичності попиту споживачів за ціною;

$\Delta Q$  – зміна величини попиту, %;

$\Delta P$  – зміна ціни, %.

Розрізняють такі **типи цінової еластичності попиту**:

– якщо  $|E_p^d| > 1$ , то попит еластичний, тобто зміна ціни на 1 % спричиняє більшу відсоткову зміну попиту;

– якщо  $|E_p^d| < 1$ , то попит нееластичний, тобто зміна ціни на 1 % спричиняє меншу відсоткову зміну попиту;

– якщо  $|E_p^d| = 1$ , то попит з одиничною еластичністю, тобто зміна ціни на 1 % спричиняє зміну попиту на 1 %;

– якщо  $|E_p^d| \rightarrow \infty$ , то попит абсолютно еластичний, тобто найменше підвищення ціни спричиняє значне зниження попиту, навіть повну відмову споживачів від товару;

– якщо  $|E_p^d| = 0$ , то попит абсолютно нееластичний, тобто підвищення ціни не спричиняє зміну попиту.

**2. Коефіцієнт еластичності попиту споживачів за доходом** показує, на скільки відсотків зміниться величина попиту в разі зміни доходу споживача товару на 1 %.

$$E_I^d = \frac{\Delta Q}{\Delta I},$$

де –  $E_I^d$  значення коефіцієнта еластичності попиту споживачів за доходом;  
 $\Delta I$  – зміна доходу, %.

Розрізняють такі **типи еластичності попиту за доходом** для різних товарів:

- $E_I^d > 0$  характерний для нормальних благ;
- $E_I^d < 0$  характерний для нижчих благ;
- $E_I^d = 0$  характерний для нейтральних благ;
- $E_I^d > 1$  характерний для предметів розкоші;
- $0 < E_I^d < 1$  характерний для предметів першої необхідності.

**3. Коефіцієнт еластичності пропозиції продавців (виробників) за ціною** показує, на скільки відсотків зміниться величина пропозиції товару в разі зміни ціни товару на 1 %.

$$E_p^s = \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

де –  $E_p^s$  значення коефіцієнта еластичності пропозиції продавців (виробників) за ціною;

$\Delta P$  – зміна ціни, %.

Розрізняють такі **типи еластичності пропозиції продавців (виробників) за ціною**:

- $E_p^s > 0$  зміни цін і обсягів виробництва відбуваються в одному напрямку;
- $E_p^s > 1$  еластична пропозиція;
- $E_p^s < 1$  нееластична пропозиція;

- $E_p^s = 1$  пропозиція з одиничною еластичністю;
- $E_p^s = 0$  абсолютно нееластична пропозиція;
- якщо  $E_p^s \rightarrow \infty$  абсолютно еластична пропозиція.

**4. Коефіцієнт перехресної еластичності попиту** показує, на скільки відсотків зміниться величина попиту на товар X у разі зміни ціни товару Y на 1 %:

$$E_{XY}^d = \frac{\Delta Q_X}{\Delta P_Y},$$

де –  $E_{XY}^d$  значення коефіцієнта перехресної еластичності попиту;

$\Delta Q_X$  – зміна величини попиту на товар X, %;

$\Delta P_Y$  – зміна ціни на товар Y, %.

**Співвідношення товарів один до одного за коефіцієнтом перехресної еластичності попиту:**

- $E_{XY}^d > 0$  взаємозамінні товари (субститути);
- $E_{XY}^d < 0$  взаємодоповнюючі товари (комплементи);
- $E_{XY}^d = 0$  нейтральні товари.

Визначення різних типів коефіцієнтів еластичності дає можливість прийняття більш обґрунтованих управлінських рішень щодо господарювання. У ГРГ важливим є визначення сезонності та еластичності попиту на послуги. Попит на готельні послуги має нерівномірну еластичність, яка варіюється залежно від ринкових умов та сегмента споживачів. Якщо, наприклад, попит еластичний, то готель має можливість збільшити доходи завдяки зниженню ціни та підвищенню обсягів реалізації послуг. Якщо попит нееластичний, то готель має підвищувати ціни на проживання для гостей, що частково компенсує втрачені доходи через низький обсяг продажів. Якщо попит має одиничну еластичність, то у готелю стимули для зміни цін відсутні.

Управлінська технологія формування цінової політики на основі прогнозування споживчого попиту, яка спрямована на досягнення оптимального співвідношення між попитом на послуги і відповідною пропозицією, використання найбільш ефективних каналів збуту як базових детермінант зростання доходів є питаннями **ревеню-менеджменту**.

## 6.4 Ринкова рівновага

Стан ринку, за якого обсяги попиту та пропозиція збігаються, характерний для **ринкової рівноваги**. Рівновага окремого ринку певного товару чи послуги є рівновагою частковою.

**Ціна рівноваги** – це ринкова ціна, за якої обсяг попиту дорівнює обсягу пропозиції. Це ціна, яка задовольняє і продавців, і покупців, за цією ціною їхні інтереси збігаються, а на ринку не існує ні дефіциту, ні надлишку продукції. Разом із тим рівноважні ціни не в усіх випадках є оптимальними.

Обсяг попиту та пропозиції за ціною рівноваги є **рівноважним обсягом продукції**.

В умовах ринкової економіки процес формування ціни продажу товару формується не на виробництві, а на ринку. Рівноважні ціни не завжди є оптимальними. У таких умовах в деяких випадках із метою встановлення оптимальної ціни має втручатися держава.

**Держава має низку інструментів впливу на співвідношення попиту та пропозиції, серед них:**

- уведення державою непрямих податків (податку на додану вартість, акцизного податку і т. п.), тобто податків, що входять у ціну товару;
- дотації, або субсидії;
- фіксація ціни, щоб стабілізувати незбалансований ринок.

## 6.5 Поведінка споживачів підприємств готельно-ресторанного господарства

В Україні вперше на законодавчому рівні поняття «споживач» було застосовано в Законі «Про захист прав споживачів» у 1991 році – це громадянин, який купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари (роботи, послуги) для власних побутових потреб.

**Споживачі** – люди, групи людей, організації, різні за масштабами та сферою діяльності, а також держави, які користуються товарами, послугами, ідеями.

Сукупність дій і вчинків інтелектуального, фізичного та психологічного характеру, які здійснюються під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ фізичними та юридичними особами і спрямовані безпосередньо на отримання і споживання товарів, послуг, ідей задля задоволення власних потреб характеризують **поведінку споживачів**.

**Джерелом, рушійною силою поведінки** завжди є потреби, поведінка людини відображає її «раціональні особисті інтереси».

**Потреба** є суб'єктивним відчуттям людиною нестачі чогось необхідного.

Потреби практично безмежні, але обмеженими є ресурси для їхнього задоволення. За таких умов споживач завжди вимушений обирати лише ті товари і послуги з усіх альтернативних варіантів, які найбільш повно задовольняють саме його потреби, виходячи з купівельної спроможності.

**Купівельну спроможність (платоспроможність) населення** визначають як наявну суму грошей, зокрема заощадження, за яку населення може придбати товари й отримати послуги. Залежить цей показник від рівня заробітних плат, інших доходів населення, роздрібних цін, розміру податків тощо.

На потреби людей впливає багато чинників, серед яких:

- соціально-економічні умови життя суспільства;
- історично сформовані звички, умови життя, праці, побуту, проведення вільного часу, мода, культурні, сімейні традиції;
- національні особливості, географічні, кліматичні умови тощо.

**Існує декілька концепцій щодо розуміння особливостей поведінки споживача:**

- соціологічний;
- економічний (класичний);
- психологічний.

Задля задоволення потреб перед кожним споживачем постають три основні запитання:

- «Що купити?» – потрібно з'ясувати корисність блага для споживача;
- «Скільки будуть коштувати необхідні блага?» – дослідити ціни;
- «Чи вистачить коштів, щоб здійснити покупку?» – визначити дохід споживача.

Аналіз взаємозв'язку цих трьох категорій (корисності, ціни і доходу) становить основний зміст процесу дослідження **споживацької поведінки**.

Аналізуючи попит споживачів відокремлюють **дві категорії факторів, вплив яких або стимулює, або знижує попит:**

#### **1. Об'єктивні фактори:**

- розміри доходу населення й національного доходу;
- демографічні;
- вплив середовища;
- культурні.

## **2. Суб'єктивні фактори:**

- психологічні основи побажань споживачів;
- звички споживачів;
- традиції;
- мода тощо.

**Під час дослідження попиту на готельно-ресторанні послуги застосовуються різні методи:**

– комерційні методи дослідження попиту на ринку готельно-ресторанних послуг включають методи спостережень, письмового й усного опитування;

– регіональні методи засновані на аналізі географічного розташування визначних пам'яток і місць зосередження постійного проживання туристів, які є основним контингентом споживачів готельно-ресторанних послуг;

– дедуктивні методи призначені для виявлення мотиваційних дій громадян щодо відвідування тих чи інших територій. Вони передбачають комплексне використання статистичних методів дослідження поїздок і виявлення їхніх мотивів;

– статистично-математичні методи призначені для обробки й синтезу статистичної інформації, проведення факторного та кореляційного аналізу тощо;

– прогностичні методи оцінки попиту базуються на екстраполяції й вивченні динаміки показників.

Фахівцям підприємств ГРГ необхідно постійно проводити маркетингові дослідження, вивчати ситуацію на галузевому ринку, потреби споживачів, соціально-економічну ситуацію в країні, світі.

Наприклад, в Україні стримуючими попит на послуги підприємств ГРГ факторами є доволі низька купівельна спроможність населення, достатньо обмежений сегмент споживчого ринку.

Готельний бізнес в Україні формують ділові люди, він суттєво залежить від світової економічної ситуації, рівня розвитку туризму тощо.

Важливим є постійний моніторинг потреб споживачів. Наприклад, прагнення деяких споживачів до здорового способу життя обумовлює необхідність розширення асортименту послуг, продукції підприємств ГРГ для задоволення таких потреб.

Попит на послуги закладів ресторанного господарства прямо залежить від доходів споживачів. Водночас варто досліджувати не загальний дохід, а **дискретний**, такий, що залишається після обчислення життєво необхідних витрат на товари й послуги першої необхідності.

Споживачі з середнім рівнем доходів, з вільної частини прибутку мало витрачають на туризм, харчування в ресторанах та кафе; споживачі з високим рівнем доходів, на туризм та послуги підприємств ресторанного господарства витрачають велику частину дискретного доходу. Тому саме цей сегмент є найбільш привабливим для підприємств ГРГ.

### **Контрольні запитання і завдання**

1. Що вивчає мікроекономіка? На яких основних принципах вона ґрунтується?
2. Через які категорії розкривається дія ринкового механізму?
3. Розкрийте сутність закону попиту. Чи завжди він діє?
4. Які ефекти покладені в основу закону попиту? Охарактеризуйте кожен з них.
5. Надайте визначення попиту, пропозиції. Які види попиту розрізняють в господарській практиці підприємств туризму та ГРГ?
6. Охарактеризуйте категорії «ціна попиту», «величина попиту», «ціна пропозиції», «величина пропозиції».
7. Наведіть приклади випадків, коли закон попиту не діє. Чи є такі ситуації в ГРГ?
8. Чи завжди підвищення доходів споживачів спричиняє зростання попиту на товари й послуги? Як залежить динаміка попиту від доходів для різних видів товарів (нормальних, нижчих, нейтральних)?
9. У чому полягає парадокс Гіффена? Ефект Веблена?
10. Які види споріднених товарів вам відомі, наведіть їхні приклади у ГРГ.
11. Розкрийте сутність закону пропозиції. Які основні фактори впливають на пропозицію?
12. Які показники еластичності вам відомі? Охарактеризуйте кожен із них. Які рішення в ГРГ можна прийняти, спираючись на розрахунки коефіцієнтів еластичності?
13. Що характерно для ринкової рівноваги?

14. За яких умов встановлюється рівноважна ціна? Чи завжди вона є оптимальною?

15. Надайте визначення категорії «споживачі». Що є джерелом їхньої поведінки?

16. Функція попиту на страву характеризується рівнянням  $QD = 2300 - 200P$ , функція пропозиції  $QS = 1100 + 100P$ . Визначте рівноважну ціну (грн) та обсяг продажу (од.) в умовах рівноваги. Що відбудеться, якщо на певний товар буде встановлена фіксована ціна 6 грн? Що відбудеться, якщо на певний товар буде встановлена фіксована ціна 3 грн? Порівняйте сукупний виторг продавця за всіх значень ціни та фінансові втрати (виграш) виробників.

17. Визначити за наведеними в таблиці вихідними даними: коефіцієнт еластичності, охарактеризувати еластичність попиту за ціною, запропонувати рішення щодо ціноутворення; обсяг виручки за базовий та звітний роки, приріст (зниження) виручки; прогнозу ціну, якщо динаміка її зростання збережеться; плановий дохід, зробити висновок щодо зміни ціни-доходу за три періоди.

Показники	Значення показників	
Обсяг реалізованого попиту на основні послуги готелю, людино-днів	120 000	108 000
Середня ціна послуги проживання за добу в готелі, грн.	890	1100

18. Визначити коефіцієнт еластичності для кожного підприємства, охарактеризувати еластичність попиту за ціною, запропонувати рішення щодо ціноутворення.

Показники	Значення показників	
	1-й	2-й
Готель 1		
Обсяг реалізованого попиту на основні послуги готелю, людино-днів	9 000	8 000
Середня ціна послуги проживання за добу в готелі, грн	1 000	1 150
Готель 2		
Обсяг реалізованого попиту на основні послуги готелю, людино-днів	12 000	10 000
Середня ціна послуги проживання за добу в готелі, грн	890	900
Готель 3		
Обсяг реалізованого попиту на основні послуги готелю, людино-днів	120 000	126 000
Середня ціна послуги проживання за добу в готелі, грн	890	845

19. Заповнити таблицю, зробити висновки

Товарна категорія	Ціна		Попит		Зміна попиту	Зміна ціни	К-т еласт. попиту за ціною	Характер попиту
	1	2	1	2				
товар 1	459	520	1 000	731				
товар 2	316	352	156	100				
товар 3	158	250	500	500				
товар 4	385	391	4 500	6 000				
товар 5	412	415	1 005	1 100				
товар 6	800	700	2 000	1 000				
товар 7	170	325	4 962	2 000				

20. Заповнити таблицю, зробити висновки

Товарна категорія	Дохід		Попит		Зміна попиту	Зміна доходу	К-т еласт. попиту за доходом	Характер товару
	1	2	1	2				
товар 1	1 400	1 100	560	420				
товар 2	2 800	3 200	75	45				
товар 3	1 300	1 900	500	420				
товар 4	6 200	6 000	4 500	6 000				
товар 5	6 100	7 000	1 005	1 100				
товар 6	4 800	4 000	2 000	1 000				
товар 7	3 000	3 250	4 962	2 000				

21. Заповнити таблицю, зробити висновки

Товарна категорія	Ціна		Пропозиція		Зміна пропозиції	Зміна ціни	К-т еласт. пропозиції за ціною	Тип еластичності
	1	2	1	2				
товар 1	1 400	1 100	560	420				
товар 2	2 800	3 200	75	45				
товар 3	1 300	1 900	500	420				
товар 4	6 200	6 000	4 500	6 000				
товар 5	6 100	7 000	1 005	1 100				
товар 6	4 800	4 000	2 000	1 000				
товар 7	3 000	3 250	4 962	2 000				

22. Заповнити таблицю, зробити висновки

Номер з/п	Ціна на товар У		Попит на товар Х		Зміна попиту на товар Х	Зміна ціни на товар У	К-т перехресної еластичності	Характер товару
	1	2	1	2				
1	1 400	1 100	560	420				
2	2 800	3 200	75	45				
3	1 300	1 900	500	420				
4	6 200	6 000	4 500	6 000				
5	6 100	7 000	1 005	1 100				
6	4 800	4 000	2 000	1 000				
7	3 000	3 250	4 962	2 000				

## 7 ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ ЯК ОСНОВА ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ

### 7.1 Потреби, ресурси та економічний вибір

Економічна наука вивчає економічні потреби та засоби їхнього задоволення. Потреби можна розглядати з песимістичної та оптимістичної точок зору.

**Перший підхід (песимістичний) визначає потреби** як недолік чогось необхідного для підтримки життєдіяльності суспільства, підприємства, окремої особистості.

**Другий (оптимістичний) –** визначає цю категорію як внутрішні мотиви, що спонукають до діяльності.

**Потреби** (у широкому сенсі слова) – бажання людей придбати і використовувати ті блага, які приносять їм користь.

**Потреби поділяються так:**

- первинні, що задовольняють життєво важливі потреби людини (фізіологічні, у безпеці);
- вторинні, до яких відносяться всі інші потреби (рис. 7.2).



Рисунок 7.2 – Піраміда потреб А. Маслоу

Товари та послуги, які задовольняють потреби людини, є **благами**.

**Блага за походженням можуть бути:**

- дарові (природні) – це земля, ліси, повітря, вода, природні ресурси тощо;
- економічні (ті, що створені людиною) – це машини, обладнання, будівлі, послуги, видобуті природні ресурси, оброблена земля тощо.

**Економічні блага поділяються так:**

- довготривалі, що передбачають багаторазове використання;
- нетривалі, споживаються разово.

**Економічні ресурси або фактори виробництва** – це всі необхідні елементи, які використовуються для виробництва матеріальних і духовних благ (рис. 7.3).

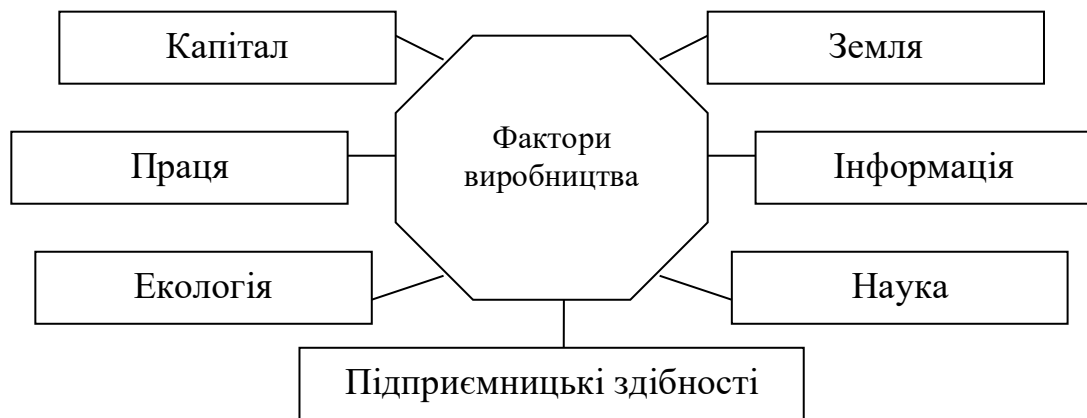


Рисунок 7.3 – Фактори виробництва

Для того щоб відбувався процес виробництва товару та (або) надання послуг, необхідно мати гроші, на які можна придбати всі необхідні ресурси (капітал у грошовій формі); землю, на якій буде розміщений, наприклад готель, ресторан; потрібні будівлі, спорудження, транспорт, обладнання, сировина (капітал у натурально-речовій формі); потрібно залучити персонал, який буде працювати та створювати продукт за певну винагороду (зарплату); потрібно володіти інформацією про ситуацію на ринку, конкурентів, споживачів, інновації та ін. з метою створення конкурентоздатної продукції; підприємцю важливо володіти низкою особистісних якостей, які сприяють підприємницькій діяльності тощо.

Розглянемо більш докладно зазначені фактори виробництва.

**Капітал** – економічний ресурс, що визначається як сукупність усіх технічних, матеріальних і грошових засобів, які використовуються для виробництва товарів та послуг.

Цей фактор здебільшого виявляється у двох формах:

- натурально-речова форма капіталу представлена машинами, станками, обладнанням, спорудами, транспортними засобами, сировиною, матеріалами, які задіяні у процесі виробництва;
- грошова форма капіталу виступає у вигляді певної суми грошей, необхідної підприємцю, який розпочинає свою діяльність, для придбання матеріально-речових елементів виробництва та найму робочої сили.

**Земля** як фактор виробництва включає саму землю, а також лісові й водні ресурси, родовища корисних копалин та інші природні багатства, що використовуються у виробничому процесі.

До того ж сама **земля** як основоположний фактор виробництва має низку **специфічних ознак**:

- земля є кількісно обмеженим фактором виробництва;
- земля є не відтворюваним фактором виробництва;
- земля, на відміну від інших факторів виробництва, є фізично непереміщуваним фактором виробництва;
- земля як фактор виробництва при належному її використанні на основі досягнення науково-технічного прогресу та агротехніки має здатність не зношуватись фізично та не старіти морально;
- земля широко використовується і в несільськогосподарському виробництві як територія для будівництва виробничих будівель, розміщення транспортних та інших комунікацій, для рекреації та ін.

**Праця** може бути визначена як фізична та інтелектуальна діяльність людини, спрямована на виробництво економічних благ і надання послуг.

**Наука** – це специфічна форма людської діяльності, спрямована на отримання та систематизацію нових знань про природу, суспільство і мислення.

**Інформація** – система збору, обробки та систематизації різноманітних знань людини з метою їхнього використання у різних сферах життєдіяльності й, насамперед, в економічній сфері.

Як опосередкована ланка між наукою та виробництвом інформація:

- істотно впливає на розвиток економічних процесів;
- відбувається переоцінка ролі та місця матеріально-речових факторів суспільного виробництва;
- відбувається поступове скорочення матеріальних та зростання інформаційних джерел економічної життєдіяльності людини;
- стає вирішальним фактором економічного та соціального розвитку сучасного суспільства.

**Екологічний фактор** – система спеціалізованих видів трудової діяльності та витрат, спрямованих на раціональне використання природних ресурсів, охорону навколишнього середовища, а також на його відтворення.

Особливим, специфічним фактором виробництва, що характеризує діяльність людини стосовно поєднання та ефективного використання всіх інших факторів виробництва з метою створення благ та послуг, є **підприємницькі здібності**. Це особливий тип поведінки суб'єкта господарювання, якому притаманні ініціатива, новаторство, гнучкість, певний ступінь ризику та відповідальності.

Множинність економічних цілей в умовах обмежених ресурсів ставить проблему вибору. **Економічний вибір** – вибір найкращого з альтернативних варіантів використання ресурсів, за якого досягається максимальне задоволення потреб за певних витрат.

В економічній теорії передбачається, що **кожен господарюючий агент прагне до максимального ступеня досягнення власних цілей:**

- споживач – до задоволення своїх потреб;
- підприємство – отримання прибутку;
- держава – підвищення рівня добробуту.

Обираючи певне благо, завжди доводиться нехтувати іншими. Витрати одного блага, виражені в іншому, яким довелося знехтувати (пожертвувати), називаються **альтернативними витратами або витратами невикористаних можливостей**.

## 7.2 Туристське споживання (використання)

Витрачання доходу індивідуумів із метою придбання туристських товарів або послуг для задоволення певних туристських потреб або бажань у певному місці призначення в певний час є **туристським споживанням (використанням)**.

Турист витрачає гроші задля задоволення певних потреб (рис. 7.4).

**Мотиви (спонукання) туризму** – психологічні і фізичні потреби, які спонукають людей відвідувати з туристської метою місце призначення (дестинацію), яка зможе задовольнити їхні бажання.

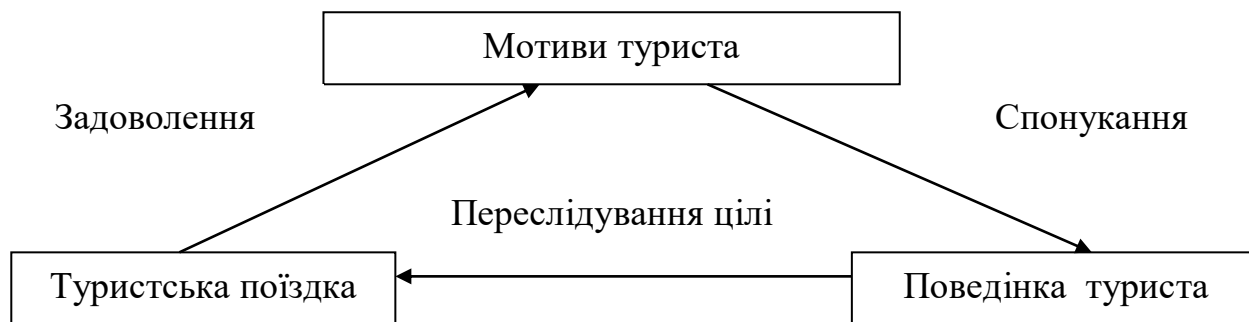


Рисунок 7.4 – Поведінка туриста залежно від мотивів

**Фактори, які впливають на прийняття рішення витратити гроші на задоволення споживачем туристських потреб:**

- ендогенні (внутрішні) фактори – це психологічні, фізичні і культурні особливості самого індивідуума;
- екзогенні (зовнішні) фактори визначаються рівнем його особистого доходу, соціальними, політичними та економічними обставинами і рекламою.

Корисність різних матеріальних складових туристського споживання (нематеріальних складових) – різних послуг, що надаються туристу, має назву **споживчої вартості** для туриста.

Вона містить у собі:

- споживчі вартості, які не є результатом людської праці (природні фактори: сонце, повітря, вода);
- споживчі вартості, які є результатом людської праці в минулому (матеріалізовану працю) і не мають товарної форми (пам'ятники архітектури тощо);
- споживчі вартості матеріальних складників, якими туристи користуються безкоштовно, але які вимагають постійних витрат як живої, так і уречевленої праці (дороги, парки, будівельні комплекси тощо);
- споживчі вартості, що виступають у формі товару (послуги).

Задоволення туристських потреб містить:

- придбання товарів і послуг;
- споживання благ (безкоштовно).

**Види туристських потреб:**

- обов'язкові – послуги, які зазвичай становлять основу турпакета (транспорт, розміщення, харчування і т.п.);
- специфічні потреби – основа обраної подорожі, вони є тими враженнями, які турист отримує в процесі подорожі;

– додаткові потреби – товари і послуги, які турист набуває в процесі подорожі та які безпосередньо не входять у турпакет.

**Обслуговування** – це своєрідний процес складних взаємин між обслуговуючим персоналом і туристами, у якому одночасно здійснюються створення, пропозиція і споживання більшої частини послуг (товарів).

### 7.3 Фірма як головний суб'єкт ринкових відносин

**Організація** (від лат. *ergon* – орган) – об'єднання людей (установа, підприємство, асоціація, фонд тощо), із загальною метою і єдиними правилами функціонування в групі.

**Підприємство** – самостійний організаційно відокремлений господарюючий суб'єкт, із правами юридичної особи, який виробляє і збуває товари, виконує роботи та надає послуги.

**Фірма** (від італійського *фирме* – підтверджуючий підпис на документі) – одиниця підприємницької діяльності, оформлена юридично і реалізує власні інтереси за допомогою виробництва і продажу товарів, виконання робіт, надання послуг із використанням різних факторів виробництва.

У закордонній практиці обсяг поняття «фірма» ширший, ніж поняття «підприємство», тому що в нього входять і юридичні особи та індивідуальні підприємці, зокрема і всі підприємства. У законодавстві України така категорія відсутня, замість неї використовується поняття «підприємство».

**Підприємець** – людина, яка на свої або позикові кошти під свій ризик створює фірму, щоб поєднуючи виробничі ресурси, створювати блага, продаж яких принесе їй прибуток.

#### «Для чого створюються фірми?»:

– з погляду покупця, вони потрібні для того, щоб поставляти на ринок блага, які користуються попитом;

– з погляду підприємця, фірма створюється для того, щоб приносити йому прибуток та інші блага;

– з погляду економіста, фірми виникають тому, що вони, комбінуючи (поєднуючи) фактори виробництва, вирішують виробничі й економічні завдання більш раціонально, ніж окрема людина, і можуть виробляти складну продукцію (літаки, кораблі, автомобілі тощо);

– з погляду держави – це основа її існування (є платниками податків, створює робочі місця, забезпечує суспільство необхідною продукцією тощо).

**Щоб отримати будь-яке благо, потрібно об'єднати різні види виробничих ресурсів:** у потрібному обсязі; у потрібному місці; у потрібний момент часу; в єдиному технологічному процесі.

**Основні переваги підприємства перед виробниками-індивідуалами:**

- підприємство зазвичай має менші транзакційні витрати (це, наприклад, витрати часу, зусиль і грошей на пошук постачальника ресурсів або послуг, укладання з ними угод, пошук покупців, контроль тощо);
- отримує вигоду від поділу праці багатьох працівників на основі їхньої кооперації;
- отримує вигоду завдяки великим масштабам діяльності.

#### **7.4 Підприємницька діяльність у туризмі та готельно-ресторанному господарстві**

**Підприємництво можна розглядати з різних поглядів:**

**1. Підприємництво як економічна категорія** – це особливий тип господарювання, де головним суб'єктом є підприємець, який раціонально поєднує (комбінує) фактори виробництва на інноваційній основі та власній відповідальності, організує і керує виробництвом із метою одержання підприємницького доходу.

**2. Сутність підприємництва як методу господарювання** розкривають його основні функції:

- ресурсна функція підприємництва передбачає прагнення до найбільш ефективного використання матеріальних, трудових, фінансових та інформаційних ресурсів із урахуванням досягнень науково-технічного прогресу;
- організаційна функція зводиться до діяльності з організації виробництва, збуту, маркетингу, менеджменту і реклами;
- творча функція полягає в генеруванні та реалізації нових ідей, здійсненні техніко-економічних, наукових розробок і проєктів, пов'язаних із господарським ризиком.

**3. Підприємництво як особливий тип економічного мислення** характеризується оригінальними поглядами і підходами до прийняття рішень, які реалізуються у практичній діяльності.

Відповідно до Господарського кодексу України **підприємництво** – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

**В умовах ринкової економіки виникненню та розвитку підприємництва сприяють:**

- виникнення дисбалансу між попитом і пропозицією, поява нових або зростанням існуючих потреб споживачів;
- певні підприємницькі риси людини, потреба, прагнення реалізувати свій підприємницький потенціал;
- економічний інтерес як бажання отримати комерційну вигоду;
- економічна конкуренція як об'єктивна закономірність розвитку підприємництва.

**Підприємницька діяльність реалізується на основі таких принципів:**

- вільний вибір видів діяльності, які не заборонені чинним законодавством;
- залучення у підприємницьку діяльність коштів громадян та юридичних осіб на добровільних засадах;
- самостійний вибір постачальників та споживачів продукції;
- вільне ціноутворення;
- вільний найм працівників;
- залучення і використання всіх необхідних ресурсів;
- вільне розпорядження чистим прибутком тощо.

**Туристське підприємництво** – діяльність, пов'язана з виробництвом, комплектуванням і реалізацією турпродуктів та окремих туристичних послуг, необхідних для задоволення пізнавальних та рекреаційних потреб туристів з метою отримання прибутку.

**Готельно-ресторанний бізнес** – це економічна діяльність підприємств готельно-ресторанного комплексу в умовах ринкової системи господарювання, що спрямована на задоволення потреб суспільства у тимчасовому розміщенні та харчуванні з метою отримання прибутку.

Сукупність підприємств готельно-ресторанного комплексу, що займаються тимчасовим розміщенням та організацією харчування, складають **готельно-ресторанне господарство**.

Отже, **підприємства готельно-ресторанного комплексу** займаються **готельно-ресторанним бізнесом**, а їхня сукупність складає **готельно-ресторанне господарство**.

**Економічна сутність підприємств готельно-ресторанного комплексу:**

- з одного боку – нематеріальний характер послуг (готельні послуги), для надання яких має бути забезпечена певна матеріально-технічна база та компетентний персонал;

– з іншого боку – матеріальний характер послуг (ресторанні послуги), результатом виступає виготовлена страва (готова продукція) та напій (готова продукція чи товар).

До **особливостей діяльності підприємств готельного бізнесу** можна віднести таке:

– готельній діяльності притаманний нематеріальний характер, адже результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є не готовий продукт (матеріальний), а пропозиція особливого виду послуг (нематеріальних). Разом із тим ці послуги не можуть вироблятися окремо від матеріального продукту, експлуатація матеріально-технічної бази є основою виробництва та реалізації послуг підприємствами готельного бізнесу;

– у процесі виробництва та пропозиції готельних послуг у готельному господарстві зазвичай не створюється новий продукт, проте діяльність готельних підприємств сприяє зростанню національного доходу та збільшенню надходження валютних коштів у країну шляхом обслуговування іноземних туристів;

– обсяг, якість і різноманітність послуг, що надаються в готельному господарстві, обумовлені переважно станом матеріально-технічної бази та наявністю компетентного персоналу;

– попит на готельні послуги має нерівномірний та сезонний характер;

– високий ступінь залежності готельних послуг від цілей споживачів, адже метою клієнта зазвичай є не відвідування конкретного готелю, а визначається насамперед цільовою функцією його подорожі;

– необхідність координації діяльності різних служб та спеціалістів під час обслуговування.

**Підприємницьке середовище в туризмі та ГРГ** поділяється на:

– зовнішнє – визначається низкою умов, у яких відбувається господарська діяльність (політична, економічна ситуація в країні, світі, податкове навантаження, доступність і умови кредитування, рівень інфляції, конкуренції, платоспроможність покупців тощо);

– внутрішнє – визначається наявністю необхідного розміру власного капіталу для реалізації бізнес-ідеї, знанням правових основ організації та ведення туристського, готельного або ресторанного бізнесу, новаторських бізнес-ідеї, знанням особливостей та ситуації на галузевому ринку, наявність кваліфікованого персоналу тощо.

**Для розвитку підприємництва в туризмі та ГРГ необхідними є:**

- приватна власність;
- політична, економічна й соціальна стабільність;
- пільговий податковий режим, особливо в кризових ситуаціях та інша підтримка держави;
- розвинена туристична інфраструктура;
- інтеграція України в європейські та світові економічні структури.

Окрім означених факторів, підприємницька діяльність висуває й низку вимог щодо особистісних **якостей** до тих, хто її організує та веде. Серед них:

- уміння генерувати та реалізовувати підприємницькі ідеї;
- уміння приймати рішення в різних ситуаціях;
- здатність до ризику;
- готовність брати на себе відповідальність;
- стресостійкість тощо.

**Підприємець має бути здатним:**

- адекватно оцінювати і прогнозувати ситуацію й потреби галузевого ринку;
- вміти виявляти перспективні види туристського продукту або послуги ГРГ;
- визначати оптимальний обсяг виробництва і реалізації продукту тощо.

**Підприємницькій діяльності у сфері туризму притаманні певні особливості, основні серед яких такі:**

– організація підприємницької діяльності у сфері туризму, ГРГ передбачає, що для споживання турпродукту або окремих туристичних послуг турист має прийти в місце їхнього надання;

– відокремленість попиту та пропозиції турпослуг потребує ретельного планування підприємницької діяльності в туризмі;

– для розвитку туристичного підприємництва необхідне створення розвинутої індустрії (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспортні, заклади культури тощо);

– здійснення підприємництва в туризмі зазвичай пов'язане з тим, що туристичне обслуговування несе в собі культурологічну спрямованість, пізнавальний аспект, а туристична послуга справляє глибоке емоційне враження;

– підприємницька діяльність у туризмі здійснюється на основі договору купівлі-продажу туру, згідно з яким одна сторона за узгоджену плату зобов'язується забезпечити надання іншій стороні комплексу туристичних послуг. Турист, сплативши повну вартість турпродукту, може ознайомитися з послугами, що входять до його складу, тільки під час подорожі;

– використання в процесі здійснення підприємницької діяльності знижок чи інших пільг для туристів із метою стимулювання збуту туристичних послуг.

**Підприємствам готельного господарства притаманні такі характерні ознаки:**

– значна кількість готелів присвоює собі зірки без проходження необхідної процедури сертифікації, що значно ускладнює процес систематизації інформаційної бази даних по готельному господарству, що створює проблеми у дотриманні необхідних вимог у готелі з «самосертифікацією»;

– існування національної та міжнародної сертифікації готелів, що створює дисбаланс у кількості додаткових послуг, рівні сервісу, стані матеріально-технічної бази готелів з однаковою категорією;

– низький відсоток готелів, що входять до світових готельних мереж;

– необґрунтовано завищені ціни на готельні послуги через низький рівень конкуренції у цій ринковій ніші та недостатність якісного сервісу;

– велика кількість готелів не відповідає елементарним нормам санітарії, житловим умовам, а персонал працює за застарілими стандартами обслуговування;

– більшість готелів України належать бізнесменам, для яких готельне господарство є непрофільним бізнесом і вони не мають досвіду в ефективному управлінні готельними комплексами;

– українські готелі недостатньо використовують інтернет-канали збуту;

– споживач, зазвичай, присутній у виробничому процесі, тобто спостерігається більш тісний контакт або взаємодія зі споживачем;

– готельне підприємство – це «оселя поза оселею», тому воно працює 24 години на добу і 365 днів на рік;

– розміщення готельного підприємства визначається насамперед місцезнаходженням потенційного споживача;

– послуги гостинності мають зазвичай комплексний характер і включають: розміщення, харчування, транспортне та екскурсійне обслуговування;

– органічний зв'язок з іншими секторами туристичної галузі;

– соціально спрямований різновид діяльності, що лише частково регулюється ринком;

– сезонність характеру багатьох готельно-туристичних закладів.

**Розвиток туристського підприємництва в Україні гальмується з багатьох причин:**

- політична нестабільність;
- несприятливі екологічні фактори;
- недостатній рівень розвиненості туристичної інфраструктури;
- невідповідність комфортності проживання більшої частини готелів для прийому іноземних громадян цінам на готельні послуги;
- зростання цін на готельні та туристичні послуг;
- падіння реальних доходів населення;
- відсутність розвитку внутрішнього туризму в Україні;
- недосконалість законодавчої бази;
- відсутність коштів на реконструкцію пам'яток історії та архітектурного мистецтва і просування можливих туристичних маршрутів;
- обмеженість асортименту послуг.

Основою розвитку підприємництва в Україні є низка законів, указів Президента України, постанов Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, інших нормативно-правових актів.

**З метою забезпечення підприємницької діяльності туризмі держава:**

- створює для підприємців необхідну підприємницьку інфраструктуру, тобто постачає підприємцям необхідну інформацію, зокрема правового характеру, маркетингову інформацію;
- надає консалтингові послуги;
- бере на себе витрати із ведення наукових досліджень у сфері туризму;
- забезпечує підготовку висококваліфікованих туристичних кадрів;
- розробляє і реалізує спеціальні програми підтримки підприємців, у яких враховуються заходи із пільгового кредитування;
- бере на себе освітні функції щодо професійної підготовки підприємницьких кадрів.

### **Контрольні запитання і завдання**

1. Розкрийте сутність потреб, наведіть приклади первинних та вторинних потреб? Які потреби задовольняють споживачі послуг сектора туризму та ГРГ?
2. Розкрийте сутність категорії «економічні блага».
3. Які економічні ресурси необхідні для виробництва матеріальних та духовних благ? Охарактеризуйте кожен із них.
4. Що спричиняє проблему економічного вибору? Розкрийте його сутність.
5. Охарактеризуйте чинники, що впливають на прийняття споживачем рішення витратити гроші на задоволення туристських потреб?
6. Які види туристських потреб вам відомі? Наведіть приклади.
7. Порівняйте поняття «організація», «підприємство», «фірма».

8. З якою метою створюються підприємства? Які переваги їхнього створення перед виробниками-індивідуалами?

9. Охарактеризуйте основні концепції підприємництва.

10. Як співвідносяться поняття «підприємства готельно-ресторанного комплексу», «готельно-ресторанний бізнес», «готельно-ресторанне господарство»?

11. Які якості мають бути притаманні особистості задля успішності ведення підприємницької діяльності?

12. Які умови мають бути забезпечені з метою забезпечення розвитку підприємництва в туризмі та ГРГ?

13. Якими особливостями характеризуються підприємницька діяльність у секторі туризму та ГРГ?

14. Яка роль держави в забезпеченні підприємницької діяльності в секторі туризму та ГРГ?

15. Користуючись офіційними статистичними даними, проаналізуйте динаміку зареєстрованих підприємств готельно-ресторанного бізнесу (юридичних та фізичних осіб – підприємців) в за останні п'ять – десять років.

16. Визначити: купівельні фонди туристського призначення населення України середні купівельні фонди туристського призначення на одну особу; ємність туристського ринку.

Показники	Значення показників
Доходи населення України за звітний рік, млн грн	Статистична інформація
Чисельність населення, млн осіб	Статистична інформація
Інші доходи	35 % від заробітної плати
Витрати туристського призначення	7 % від загального розміру доходів
Виїзний туризм	18 % від купівельних фондів населення на туристський продукт
В'їзний туризм	3 % від купівельних фондів населення на туристський продукт

17. Визначити загальний обсяг купівельних фондів населення країни за рік, зокрема туристичного призначення. Розрахувати ємність ринку туристичних послуг країни.

Показники	Значення показників
Середньомісячна заробітна плата населення України за звітний рік, грн	Статистична інформація
Інші доходи у структурі доходів населення країни, %	Статистична інформація
Чисельність постійного населення України за звітний рік, млн осіб	Статистична інформація
Нетоварні витрати	20 % від сукупних витрат населення країни
Питома вага витрат на туристичні послуги	8,7 % від купівельних фондів
Обсяг реалізації послуг іноземним туристам	9,8% від тур. купівельних фондів
Обсяг реалізації послуг туристам країни, які виїжджали за кордон	15,2% від тур. купівельних фондів

## 8 ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 8.1 Підприємство: мета, функції та основні ознаки

Процес виробництва матеріальних благ, надання послуг, виконання робіт має бути у певний спосіб організовано у просторі та часі. Така організація відбувається шляхом створення підприємства.

**Підприємство** (Господарський Кодекс України) – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами.

Розрізняють декілька **типів підприємств**:

- виробничі підприємства (заводи, фабрики, шахти, комбінати, кар'єри, порти та інші господарські організації виробничого призначення);
- підприємства торговельного або торговельно-посередницького профілю (магазини, гуртові, гуртові склади);
- сфери надання послуг (ремонтні майстерні, автосервіси, ательє, хімчистки, салони краси тощо).

**Основною метою функціонування комерційного підприємства** є одержання прибутку. Однак це можливо лише через задоволення суспільних потреб у певних видах продукції (послугах), які користуються попитом у споживачів.

Серед найбільш важливих **завдань** підприємств є:

- одержання доходу власником підприємства (державою, приватною особою, акціонерами);
- забезпечення споживачів продукцією підприємства відповідно до ринкового попиту;
- забезпечення виплати заробітної плати персоналу підприємства, нормальних умов праці та можливостей професійного росту працівників;
- створення робочих місць для населення;
- створення та підтримка потенціалу для майбутнього розвитку, безперервності існування підприємства;
- охорона довкілля (землі, повітряного та водного басейнів);
- недопущення зриву поставок або випуску неякісної продукції, скорочення обсягів виробництва та зниження доходів підприємства.

**Завдання підприємства визначаються** інтересами власника, розміром задіяного капіталу, умовами внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування.

**Підприємства виконують низку функцій**, які залежать від розмірів підприємства, його галузевої приналежності, форми власності, інфраструктури, ступеня спеціалізації і кооперування тощо.

Серед **основних функцій** підприємства можна зазначити такі:

- виробничо-технологічні (пошук постачальників, споживачів, впровадження інновацій тощо);
- економічні (управління виробничим процесом, збутом, ціноутворення тощо);
- соціальні (наприклад, забезпечення гідних умов праці для персоналу);
- зовнішньоекономічні.

**Допоміжні функції** підприємства пов'язані із забезпеченням документообігу, веденням обліку, статистичної звітності та ін.

Підприємства можуть здійснювати діяльність за багатьма напрямками. Передусім це виробнича (основна) діяльність із вироблення продукту (товарів, послуг); маркетингова, інноваційна, інвестиційна діяльність, комерційна, соціальна тощо.

**Підприємство характеризується певними ознаками:**

1) виробничо-технічна єдність:

- спеціалізація на виготовленні певного виду товару, послуг, наявність закінченого циклу їхнього виготовлення (надання);
- наявність певного виду та структури основних засобів;
- спільність допоміжного і обслуговуючого господарства;

2) організаційно-соціальна єдність:

- наявність єдиного колективу працівників;
- управління підприємством одним керівником та адміністрацією;
- наділення підприємства реквізитами і правами юридичної особи (самостійний баланс, розрахунковий та інші рахунки в банку, печатка, штамп із назвою підприємства, ідентифікаційний код, юридична адреса, фірмовий бланк, товарний знак);

3) фінансово-економічна самостійність:

- вибір виду діяльності на власний розсуд, але такого, що не заборонений законодавством;
- самостійність у плануванні, організації діяльності, ціноутворенні (із дотриманням вимог законодавства);

- самостійність у визначенні якісної та кількісної потреби в персоналі й джерелах її покриття;
- самостійний розподіл чистого прибутку (того, що залишається у підприємства після сплати податків, зборів та ін. платежів);
- визначення й обґрунтування форм і розмірів матеріального стимулювання працівників тощо.

Основна мета діяльності суб'єкта господарювання – отримання максимальної величини економічного прибутку за певний період. Проте якщо раніше фірми були орієнтовані лише на максимізацію прибутків за будь-яку ціну, то сучасні мають дотримуватися принципів соціальної відповідальності. У таких умовах підприємство веде господарську діяльність не винятково для отримання комерційних результатів, а й узгоджено з цінностями суспільства (турбота про навколишнє середовище, екологію; підвищення енергоефективності, сумлінна ділова практика, турбота про персонал тощо).

Для підприємств готельного та ресторанного господарства характерними є як загальні ознаки підприємств як юридичних осіб, так і властиві певні **особливості, які пов'язані з їхньою галузевою спеціалізацією:**

- територіальна обмеженість пропозиції послуг, що робить особливо важливим вибір місця розташування підприємства, яке, якщо вдало обране, забезпечить достатній рівень завантаженості, інтенсивність потоку клієнтів;
- значна кількість явищ у цьому бізнесі має стохастичний (випадковий) ймовірнісний характер, тобто результати діяльності значно залежать від таких чинників, як потреби й запити клієнтів, диференціація сегментів споживачів за рівнем доходів, соціальним статусом, зміни в зовнішньому середовищі тощо;
- жорстка конкуренція в галузі;
- висока залежність фінансово-економічних результатів господарської діяльності від коливань попиту;
- більша питома вага постійних витрат (амортизаційні відрахування, заробітна плата, експлуатаційні витрати) у їхній структурі;
- тривалий період окупності інвестиційних вкладень (у сфері готельного бізнесу середній термін окупності складає 7–12 років, у ресторанному – 4–5 років);
- низькі можливості щодо мінімізації ризиків, пов'язаних з операційною (основною) діяльністю шляхом диверсифікації;
- неможливість компенсації втрат у зв'язку з недостатнім завантаженням готелю або ресторану, адже особливістю послуг є неможливість їх зберігати;

- проблема контролю якості послуг, що надаються тощо.

Специфічні ознаки притаманні закладам ресторанного господарства, адже вони можуть виконувати низку функцій, які притаманні й виробничим підприємствам, і підприємствам торгівлі:

- закупівля сировини та товарів;
- виробництво харчової продукції в асортименті;
- організація споживання харчової продукції;
- зберігання запасів сировини та товарів;
- організація процесу обслуговування клієнтів;
- транспортування сировини та товарів тощо.

**Модель поведінки суб'єкта господарювання** будується за загальними правилами мікроекономічного моделювання: мета – обмеження – вибір рішення.

**Обмеженнями підприємства** в досягненні мети максимізації прибутку є продуктивність усіх факторів виробництва, розмір витрат виробництва, ціна продукції та попит на неї.

Особливості ведення господарської діяльності підприємства визначаються низкою чинників, серед яких його організаційно-правова форма. У різних країнах **організаційно-правові форми** неоднакові, але типовими є: одноосібне господарство, товариство і корпорація.

**Одноосібне господарство** – це підприємство, власниками якого є одна особа або сім'я, які отримують увесь дохід, несуть фінансовий ризик та повну відповідальність за управління.

**Партнерства (товариства)** – це організаційно-правова форма, за якої окремі особи об'єднують свої ресурси для ведення справ і спільно керують ними.

**Корпорація** – це організаційно-правова форма підприємства, відокремлена від конкретних осіб, що нею володіють, і функціонує у вигляді акціонерного товариства.

**Залежно від галузевої приналежності підприємства** поділяють на промислові, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, торговельні, науково-дослідні, банківські, страхові, туристичні, підприємства побутового обслуговування тощо.

**Відповідно до правового статусу й форми господарювання розрізняють:**

- одноосібні підприємства, які є власністю однієї особи, що веде самостійну діяльність і відповідає за свої зобов'язання усім майном;

- кооперативні підприємства – добровільні об'єднання громадян із метою спільного здійснення господарської діяльності;
- орендні підприємства – засновані на договірних відносинах щодо тимчасового володіння і користування майном;
- господарські товариства (партнерства) – підприємства або інші суб'єкти господарювання, створені юридичними особами та/або громадянами шляхом об'єднання їхнього майна й участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку.

Зі свого боку, до господарських товариств відносять акціонерні товариства (публічні та приватні), товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства.

## 8.2 Теорії (концепції) підприємства та його розвитку

В економічній науці сформувалося декілька основних концепцій (систем поглядів) щодо підприємства.

**Неокласична теорія** є базовою концепцією у сучасній економічній теорії і розглядає підприємство як цілісний об'єкт, у якому вхідні ресурси перетворюються в готову продукцію, яка реалізується на вільному ринку. Ця модель підприємства ґрунтується на виробничій функції. Головним завданням підприємства стає визначення оптимальних обсягів виробництва і такого співвідношення витрат, які дали б змогу встановлювати ринкову ціну на продукцію, здатну максимізувати прибуток.

**Інституційна концепція підприємства** розглядає його як організацію, створену людьми для більш ефективного використання їхніх можливостей.

Завдання інституційної теорії фірми – аналіз її поведінки у світі інформації.

**Еволюційна теорія** трактує підприємство як один із суб'єктів у середовищі собі подібних. Його поведінка визначається, по-перше, взаєминами між членами спільноти, а, по-друге, його внутрішніми характеристиками.

Поведінка підприємства є його безпосередньою, еволюційною реакцією на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування.

**Підприємницька модель підприємства** ґрунтується на уявленні про нього як сферу прикладання підприємницької ініціативи та наявних у підприємця ресурсів.

На сьогодні доцільним є системний підхід, адже сучасне підприємство – це доволі складна відкрита виробничо-господарська і соціальна система, яка складається із взаємозалежних частин (структурних підрозділів); взаємодіє із зовнішнім середовищем, з якого у систему надходять необхідні фактори виробництва та в якому реалізуються продукція, роботи, послуги як результати виробництва; здійснює діяльність, спрямовану на задоволення суспільних потреб.

**Основними перевагами підприємства як «відкритої системи» порівняно із «закритим» підприємством є:**

- ринковий успіх «відкритого» підприємства досягається шляхом адаптації до мінливих зовнішніх умов;

- визначальним під час побудови системи управління є правильне визначення цілей;

- у стратегічному плані такі підприємства першочерговим вважають споживання і тому підпорядковують своє виробництво ринковому попиту;

- під час побудови організаційних структур управління превалює гнучкість, багатоваріантність форм, відносна автономність окремих ланок виробництва й управління, концентрація на виявленні проблем та генерації нових управлінських рішень;

- основою поведінки в колективі є організаційна культура, заохочення ініціативи на усіх рівнях, підтримка талантів, широкий світогляд працівників та його поєднання з глибокими професійними знаннями.

**Економічний розвиток підприємства** є процесом, який забезпечує перехід від одного стану до іншого через процеси змін. Його розглядають як процес збільшення можливостей та бажання задовольнити власні потреби та потреби інших.

Необхідно розділяти процеси економічного розвитку та процеси зростання. **Зростати** – означає збільшуватися в розмірах або кількісно, а **розвиватись** – збільшувати здатності та компетенції. Для зростання характерні кількісні характеристики, тоді як для розвитку – якісні.

**Первинним є економічне зростання** як джерело розвитку та його обов'язкова передумова. Разом із тим економічний розвиток може містити в собі елементи зростання. Означені процеси можуть підсилювати дію одне одного, тобто між ними виникає ефект синергії. Для економічного зростання збільшення цінності підприємства не є обов'язковим, але розвиток без цього неможливий.

## Концепції розвитку підприємств:

**1. Теорія спрямованого розвитку підприємств** – розвиток підприємств трактується як послідовність переходів від одного стану внутрішньої та зовнішньої рівноваги, до іншого аналогічного стану, сформованого поточними обставинами і факторами.

**2. Теорія циклічного розвитку підприємств.** В основі цієї теорії лежать праці Н.Д. Кондратьєва та інших вітчизняних і зарубіжних науковців.

**3. Концепція еволюційного розвитку підприємства** – організаційне зростання і розвиток як еволюційна зміна певних періодів – стадій: підприємницька, колективістська, делегування, формалізації і співпраця.

**4. Концепція життєвого циклу підприємств** (рис. 8.1). Відповідно до цієї концепції розвиток підприємства аналізується за критеріями витрат та отриманих результатів від моменту створення соціально-економічної системи до моменту її ліквідації як організаційно самостійного утворення.

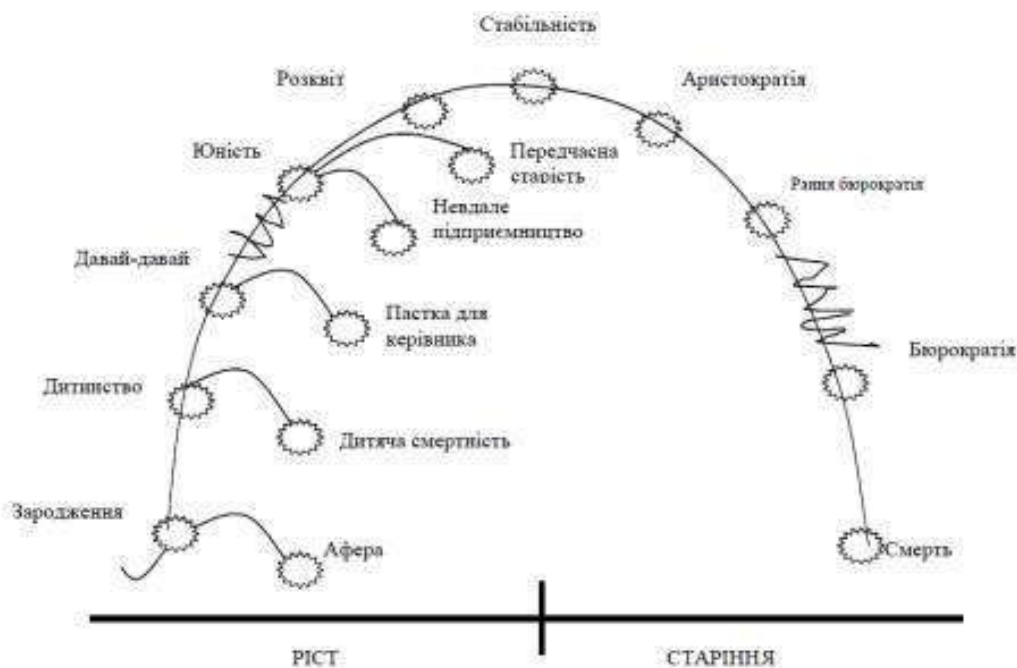
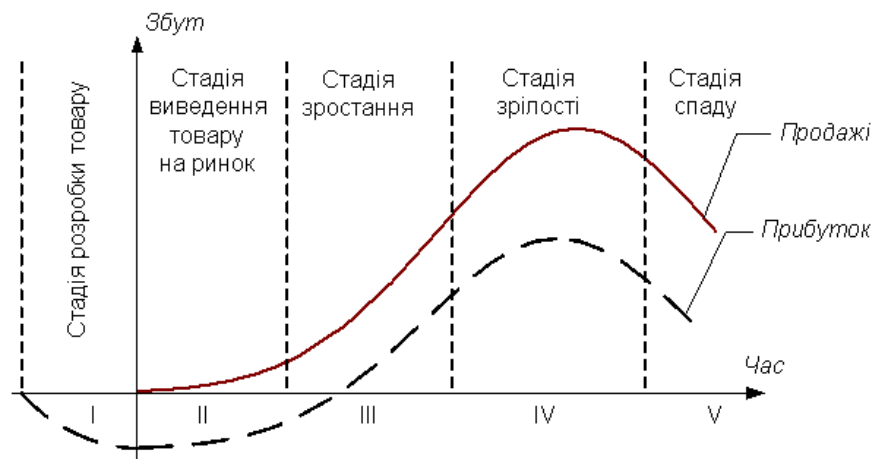


Рисунок 8.1 – Стадії розвитку підприємства

Товар також має свій життєвий цикл (рис. 8.2) та різні його типи (рис. 8.3).



<b>Продажі</b>	немає	низькі	швидкий ріст	уповільнені	спад
<b>Собівартість</b>	висока	висока	середня	низька	низька
<b>Прибуток</b>	немає	мінімум	зростає	максимум	спадає
<b>Споживачі</b>	немає	суперноватори	новатори	звичайні	консерватори
<b>Конкуренти</b>	немає	мало	к-ть зростає	багато	к-ть спадає

Рисунок 8.2 – Стадії розвитку підприємства

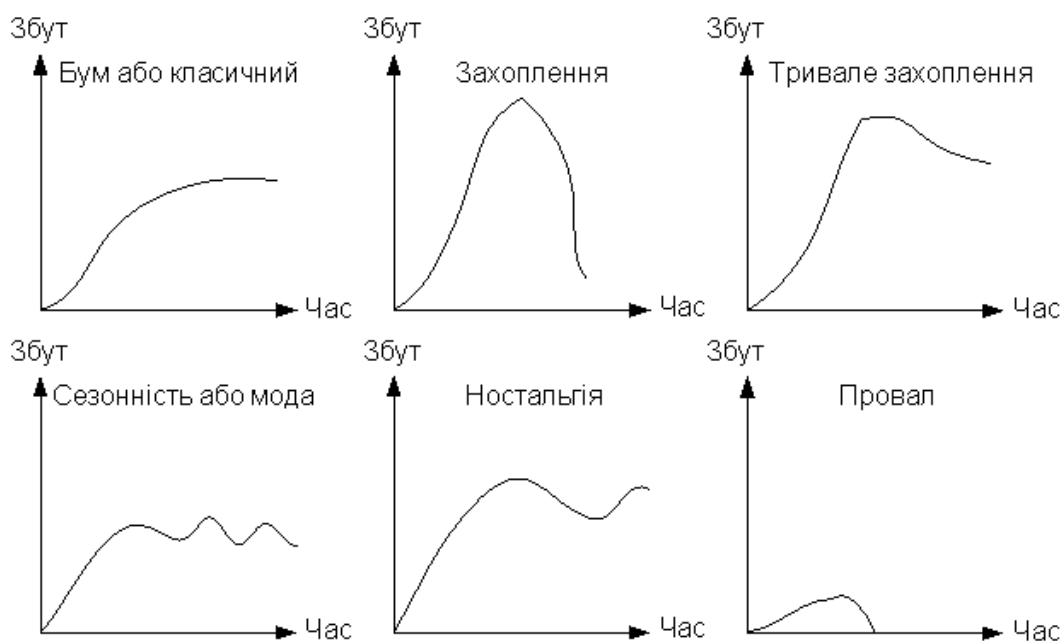


Рисунок 8.3 – Типи життєвих циклів товарів

### 8.3 Законодавче забезпечення господарської діяльності в готельно-ресторанному господарстві

Державне регулювання є невід’ємною частиною ринкової економіки. Не існувало й не існує системи, де втручання держави було б повністю відсутнім.

З метою гармонізації відносин між споживачем і виробником послуг, узгодження інтересів споживачів, виробників та суспільства, створення сприятливих умов для розвитку підприємств готельного господарства,

важливим є нормативно-правового регулювання господарської діяльності.

До об'єктів нормативно-правового регулювання можна віднести технологію виробництва, процеси організації та реалізації послуг.

Ключовими напрямками регулювання є:

- базові поняття й визначення, які необхідні для взаєморозуміння й забезпечення однозначності їхнього сприйняття;
- договірні відносини, якість та безпека готельних послуг;
- класифікація типів підприємств готельного господарства і види їхньої господарської діяльності;
- способи і методи формування, просування і реалізації готельного продукту;
- зміст та форма подання інформації про готельні продукти, що пропонуються підприємствами готельного господарства;
- стандартні вимоги до форм документів і складу інформації, поданої в них.

Класифікація нормативно-правового забезпечення функціонування суб'єктів господарювання та структура елементів регулювання готельної індустрії наведена на рисунку 8.4.

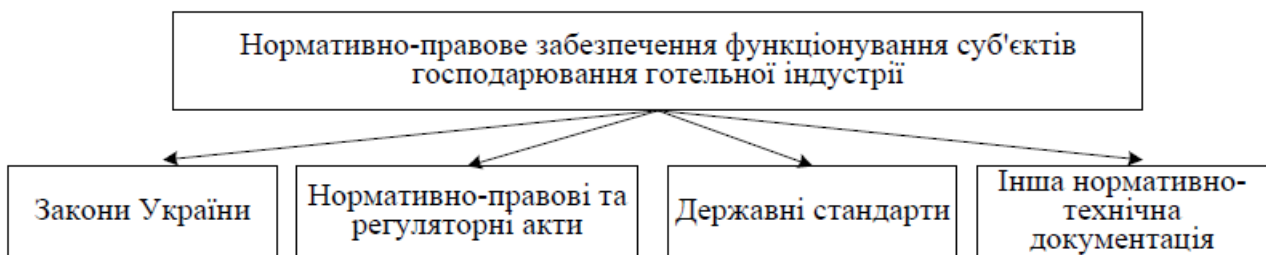


Рисунок 8.4 – Класифікація нормативно-правового забезпечення функціонування суб'єктів господарювання готельної індустрії

До основних законодавчих актів України, що забезпечують регулювання основних аспектів господарської діяльності підприємств, зокрема й сектора туризму та готельно-ресторанного господарства, є Цивільний і Господарський кодекси України.

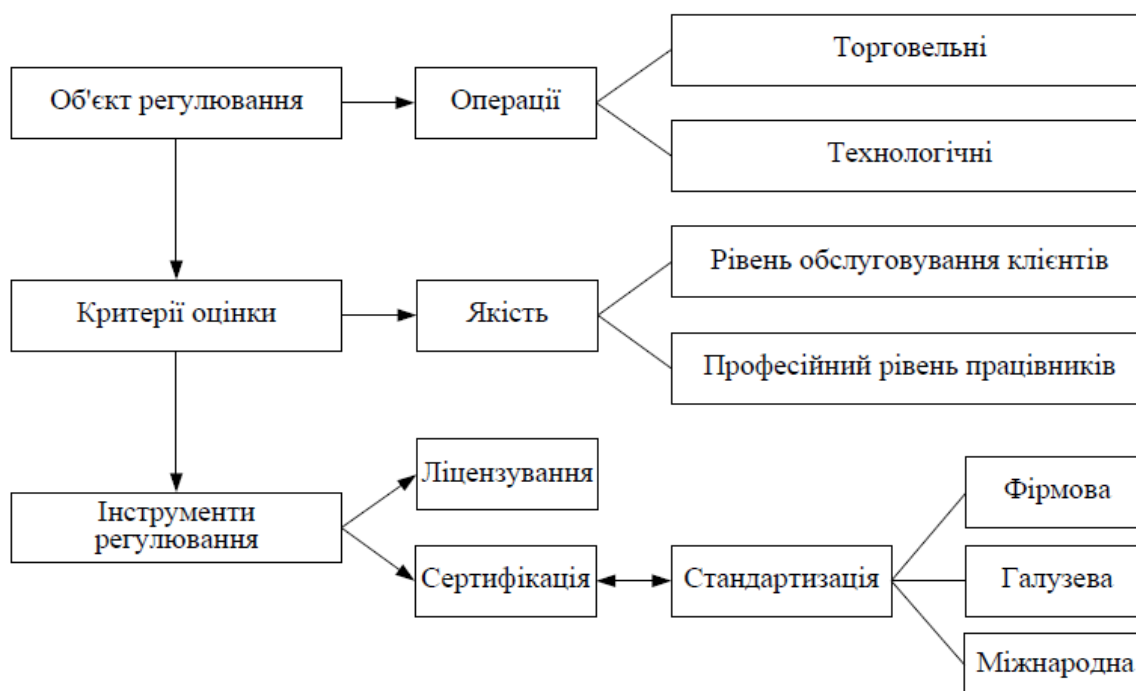


Рисунок 8.5 – Структура елементів регулювання готельної індустрії

Правові основи господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності, зазначені в Господарському кодексі. Він визначає основні засади господарювання в Україні і регулює господарські відносини, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності між суб'єктами господарювання, а також між цими суб'єктами та іншими учасниками відносин у сфері господарювання. Зміст документа зазначений на рисунку 8.6.

Ключові аспекти функціонування підприємств ГРГ визначають Закони України «Про туризм», «Про стандартизацію», «Про курорти», Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності», «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення», «Про захист прав споживачів».

Головним органом системи центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері гостинності, є Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Мінекономрозвитку встановлює відповідні категорії об'єктам туристичної інфраструктури (засобам розміщення, закладам харчування, курортним закладам тощо), видає свідоцтва про встановлення об'єктам туристичної інфраструктури відповідної категорії та веде реєстр свідоцтв.

<b>З М І С Т  Г О С П О Д А Р С Ь К О Г О  К О Д Е К С У  У К Р А Ї Н</b>	→	<b>РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ЗАСАДИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>
		ГЛАВА 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ГЛАВА 2. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ТА ФОРМИ УЧАСТІ ДЕРЖАВИ І МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ ГЛАВА 3. ОБМЕЖЕННЯ МОНОПОЛІЗМУ ТА ЗАХИСТ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ І СПОЖИВАЧІВ ВІД НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ГЛАВА 4. ГОСПОДАРСЬКА КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ (ПІДПРИЄМНИЦТВО) ГЛАВА 5. НЕКОМЕРЦІЙНА ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ
	→	<b>РОЗДІЛ 2. СУБ'ЄКТИ ГОСПОДАРЮВАННЯ</b>
		ГЛАВА 6. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ГЛАВА 7. ПІДПРИЄМСТВО ГЛАВА 8. ДЕРЖАВНІ ТА КОМУНАЛЬНІ УНІТАРНІ ПІДПРИЄМСТВА ГЛАВА 9. ГОСПОДАРСЬКІ ТОВАРИСТВА ГЛАВА 10. ПІДПРИЄМСТВА КОЛЕКТИВНОЇ ВЛАСНОСТІ ГЛАВА 11. ПРИВАТНІ ПІДПРИЄМСТВА. ІНШІ ВИДИ ПІДПРИЄМСТВ ГЛАВА 12. ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГЛАВА 13. ПРОМАДЯНИН ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРЮВАННЯ. ОСОБЛИВОСТІ СТАТУСУ ІНШИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ
	→	<b>РОЗДІЛ 3. МАЙНОВА ОСНОВА ГОСПОДАРЮВАННЯ</b>
		ГЛАВА 14. МАЙНО СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ГЛАВА 15. ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ ГЛАВА 16. ВИКОРИСТАННЯ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ГЛАВА 17. ЦІННИ ПАПЕРИ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ГЛАВА 18. КОРПОРАТИВНІ ПРАВА
	→	<b>РОЗДІЛ 4. ГОСПОДАРСЬКІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ</b>
		ГЛАВА 19. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ПРО ГОСПОДАРСЬКІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ ГЛАВА 20. ГОСПОДАРСЬКІ ДОГОВОРИ ГЛАВА 21. ЦІНИ І ЦІНОУТВОРЕННЯ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ ГЛАВА 22. ВИКОНАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ. ПРИПИНЕННЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ГЛАВА 23. ВИЗНАННЯ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА БАНКРУТОМ
	→	<b>РОЗДІЛ 5. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ</b>
	ГЛАВА 24. ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УЧАСНИКІВ ГОСПОДАРСЬКИХ ВІДНОСИН ГЛАВА 25. ВІДШКОДУВАННЯ ЗБИТКІВ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ ГЛАВА 26. ШТРАФНІ ТА ОПЕРАТИВНО-ГОСПОДАРСЬКІ САНКЦІЇ ГЛАВА 27. АДМІНІСТРАТИВНО-ГОСПОДАРСЬКІ САНКЦІЇ ГЛАВА 28. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЗА ПОРУШЕННЯ АНТИМОНОПОЛЬНО-КОНКУРЕНТНОГО ЗАКОНОДАВСТВА	
→	<b>РОЗДІЛ 6. ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ В ОКРЕМИХ ГАЛУЗЯХ ГОСПОДАРЮВАННЯ</b>	
	ГЛАВА 29. ГАЛУЗІ ТА ВИДИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГЛАВА 30. ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКО-ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГЛАВА 31. КОМЕРЦІЙНЕ ПОСЕРЕДНИЦТВО (АГЕНТСЬКІ ВІДНОСИНИ) У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ ГЛАВА 32. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ВАНТАЖІВ ГЛАВА 33. КАПІТАЛЬНЕ БУДІВНИЦТВО ГЛАВА 34. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГЛАВА 35. ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГЛАВА 36. ВИКОРИСТАННЯ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАВ ІНШИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ (КОМЕРЦІЙНА КОНЦЕСІЯ)	
→	<b>РОЗДІЛ 7. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ</b>	
	ГЛАВА 37. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ГЛАВА 38. ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ	
→	<b>РОЗДІЛ 8. СПЕЦІАЛЬНІ РЕЖИМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ</b>	
	ГЛАВА 39. СПЕЦІАЛЬНІ (ВІЛЬНІ) ЕКОНОМІЧНІ ЗОНИ ГЛАВА 40. КОНЦЕСІЇ ГЛАВА 41. ІНШІ ВИДИ СПЕЦІАЛЬНИХ ВИДІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
→	<b>РОЗДІЛ 9. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ</b>	

Рисунок 8.6 – Зміст Господарського кодексу України

Серед постанов Кабінету Міністрів України, що регулюють діяльність суб'єктів готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, базовими можна визначити «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг із тимчасового розміщення (проживання)», «Про затвердження Порядку доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури» та «Про порядок надання послуг із тимчасового розміщення (проживання)».

Вимоги до функціонування закладів готельно-ресторанного і туристичного бізнесу встановлюють національні стандарти України – ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги», ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства», ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення».

На рисунку 8.7 наведений механізм державного та недержавного регулювання ресторанного господарства.



Рисунок 8.7 – Механізми регулювання діяльності ресторанного господарства

## Контрольні запитання і завдання

1. Надайте визначення категорії «підприємство». Охарактеризуйте їхні основні типи.
2. Які основні мета та завдання функціонування підприємства? Які чинники їх визначають?
3. Охарактеризуйте основні та допоміжні функції підприємства. Від чого вони залежать?
4. Охарактеризуйте ознаки підприємства.
5. Поміркуйте, чи можуть сучасні підприємства сектора туризму та ГРГ орієнтуватися під час ведення господарської діяльності лише на максимізацію прибутку? Як реалізується соціальна відповідальність?
6. Які господарські товариства можуть функціонувати в Україні згідно з законодавством? Користуючись статистичною інформацією, проаналізуйте, підприємства яких організаційно-правових форм найбільш розповсюджені в секторі туризму та ГРГ?
7. Охарактеризуйте основні концепції підприємств.
8. Визначте та порівняйте поняття «економічний розвиток» та «економічне зростання». Що є первинним?
9. Які стадії розвитку проходить підприємство згідно з концепцією життєвого циклу підприємств?
10. Які стадії та типи життєвих циклів товарів вам відомі? Охарактеризуйте кожну з них.
11. Охарактеризуйте основні законодавчі акти, що регулюють діяльність ГРГ.

## **9 ПІДПРИЄМСТВО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

### **9.1 Суб'єкти господарювання**

Згідно з Господарським кодексом України (розділ II, глава 6, стаття 55):

**Суб'єктами господарювання** визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством.

**Суб'єктами господарювання є:**

– **господарські організації** – юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, комунальні та інші підприємства, створені відповідно до цього Кодексу, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку;

– **громадяни України, іноземці та особи без громадянства**, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці.

Під **господарською діяльністю** (Господарський Кодекс) розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

Господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є підприємництвом, а суб'єкти підприємництва – підприємцями. Господарська діяльність може здійснюватись і без мети одержання прибутку (некомерційна господарська діяльність).

**Загальними принципами господарювання** в Україні є:

– забезпечення економічної багатоманітності та рівний захист державою усіх суб'єктів господарювання;

– свобода підприємницької діяльності у межах, визначених законом;

– вільний рух капіталів, товарів та послуг на території України;

– обмеження державного регулювання економічних процесів у зв'язку з необхідністю забезпечення соціальної спрямованості економіки, добросовісної конкуренції у підприємстві, екологічного захисту населення, захисту прав споживачів та безпеки суспільства і держави;

- захист національного товаровиробника;
- заборона незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їхніх посадових осіб у господарські відносини.

## 9.2 Підприємство: сутність, функції, завдання

**Підприємство** (згідно з Господарським кодексом України, розділ II, глава 7, стаття 62) – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Кодексом та іншими законами.

### Головні риси підприємства:

- організаційна єдність (організований колектив зі своєю внутрішньою структурою та порядком управління);
- певний комплекс засобів виробництва (підприємство об'єднує економічні ресурси для виробництва економічних благ із метою максимізації прибутку);
  - відокремлене майно;
  - майнова відповідальність;
  - єдиноначальність (ґрунтується на прямих, адміністративних формах управління);
  - виступає в господарському обороті від власного імені;
  - оперативно-господарська та економічна самостійність.

До основних завдань діючого підприємства можна віднести такі:

- отримання доходу власником підприємства;
- забезпечення споживачів продукцією підприємства;
- забезпечення персоналу підприємства заробітною платою, нормальними умовами праці та можливістю професійного росту;
  - створення робочих місць для населення;
  - охорона навколишнього середовища;
  - недопущення збоїв у роботі підприємства.

**Функції підприємства** поділяються на основні та допоміжні. До основних відносять: виробничо-технологічні, економічні, соціальні, зовнішньоекономічні. Допоміжні зводяться до забезпечення документообігу, обліку, гарантування безпеки, статистичної звітності, дослідних функцій тощо.

Функції підприємства залежать від низки **факторів**, серед яких: розмір підприємства; галузева приналежність; ступінь спеціалізації та кооперування; наявність соціальної інфраструктури; форма власності; відносини із місцевими органами влади тощо.

Підприємство (згідно з Господарським кодексом України, розділ II, глава 7, стаття 64) може складатися з виробничих структурних підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також функціональних структурних підрозділів апарату управління (управлінь, відділів, бюро, служб тощо). Підприємство самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розклад.

### 9.3 Класифікація підприємств

**Організаційно-правова форма господарювання** – це форма здійснювання господарської (зокрема підприємницької) діяльності з відповідною правовою основою, яка визначає характер відносин між засновниками (учасниками), режим майнової відповідальності щодо зобов'язань підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування діяльності тощо.

У Господарському кодексі України (розділ II, глава 7, стаття 63) передбачено такі види та організаційні форми підприємств:

#### 1. Залежно від форм власності:

- приватне підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);
- підприємство, що діє на основі колективної власності (підприємство колективної власності);
- комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;
- державне підприємство, що діє на основі державної власності;
- підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності);
- спільне комунальне підприємство, що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами – суб'єктами співробітництва.

В Україні можуть діяти також інші види підприємств, передбачені законом.

## 2. Залежно від походження статутного капіталу:

- підприємство з іноземними інвестиціями (у статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків);
- іноземне підприємство (у статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить сто відсотків);
- національні (вітчизняні) підприємства.

## 3. Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного капіталу:

- унітарне підприємство (створюється одним засновником);
- корпоративне підприємство (утворюється зазвичай двома або більше засновниками за їхнім спільним рішенням (договором)).

## 4. Залежно від розміру.

На сьогодні існує поділ підприємств на типи згідно зі статтею 55 Господарського кодексу. Ця класифікація залишається чинною (можливо, тимчасово). Однак винятково для цілей бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності з 2018 р. використовується нова класифікація, яка не збігається з Господарським кодексом.

Таблиця 9.1 – Класифікація підприємств за розміром

За Законом України від 05.10.2017 р. № 2164-VIII «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»	За ст. 55 ГКУ
1	2
<b>Мікропідприємства</b>	
<p>Мікропідприємствами є підприємствами, показники яких на дату складання річної фінансової звітності відповідають щонайменше двом із таких критеріїв:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– балансова вартість активів – до 350 тисяч євро;</li> <li>– чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 700 тисяч євро;</li> <li>– середня кількість працівників – до 10 осіб</li> </ul>	<p>Суб'єктами мікропідприємництва є юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ</p>

Продовження таблиці 9.1

1	2
<b>Малі підприємства</b>	
<p>Малими є підприємства, які не відповідають критеріям для мікропідприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– балансова вартість активів – до 4 мільйонів євро;</li> <li>– чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 8 млн євро;</li> <li>– середня кількість працівників – до 50 осіб</li> </ul>	<p>Суб'єктами малого підприємництва є:</p> <p>юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ</p>
<b>Великі підприємства</b>	
<p>Великими є підприємства, які не відповідають критеріям для середніх підприємств та показники на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– балансова вартість активів – понад 20 мільйонів євро;</li> <li>– чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – понад 40 мільйонів євро;</li> <li>– середня кількість працівників – понад 250 осіб</li> </ul>	<p>Суб'єктами великого підприємництва є юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ</p>
<b>Середні підприємства</b>	
<p>Середніми є підприємства, які не відповідають критеріям для малих підприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– балансова вартість активів – до 20 мільйонів євро;</li> <li>– чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 40 мільйонів євро;</li> <li>– середня кількість працівників – до 250 осіб</li> </ul>	<p>Інші суб'єкти господарювання належать до суб'єктів середнього підприємництва</p>

## 9.4 Створення (відкриття) підприємства

Починається створення будь-якого підприємства з виникнення бізнес-ідеї.

Перед створенням юридичної особи (до реєстрації) потрібно:

- обрати організаційно-правову форму;
- обрати вид діяльності (згідно з КВЕД);
- обрати систему оподаткування (загальну чи спрощену);
- визначити учасників, їхні внески до майбутнього підприємства тощо.

Надалі процедуру його реєстрації регламентує Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань».

Згідно з розділом IV, ст. 14. Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб підприємців та громадських формувань», документи для державної реєстрації можуть подаватися у паперовій або електронній формі.

У статті 16 надані вимоги до найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу.

Стаття 17 цього закону регламентує перелік документів, що подаються заявником для державної реєстрації юридичної особи, стаття 18 – для державної реєстрації фізичної особи-підприємця.

Згідно з розділом II, глави 6, статті 57 Господарського кодексу України установчими документами суб'єкта господарювання є рішення про його утворення або засновницький договір, а у випадках, передбачених законом, статут (положення) суб'єкта господарювання.

В установчих документах мають бути зазначені найменування суб'єкта господарювання, мета та предмет господарської діяльності, склад і компетенція його органів управління, порядок прийняття ними рішень, порядок формування майна, розподілу прибутків та збитків, умови його реорганізації та ліквідації, якщо інше не передбачено законом.

У засновницькому договорі засновники зобов'язуються утворити суб'єкт господарювання, визначають порядок спільної діяльності щодо його утворення, умови передачі йому свого майна, порядок розподілу прибутків і збитків, управління діяльністю суб'єкта господарювання та участі в ньому засновників, порядок вибуття та входження нових засновників, інші умови діяльності суб'єкта господарювання, які передбачені законом, а також порядок його реорганізації та ліквідації відповідно до закону.

Статут суб'єкта господарювання повинен містити відомості про його найменування, мету та предмет діяльності, розмір і порядок утворення статутного капіталу та інших фондів, порядок розподілу прибутків і збитків, про органи управління та контролю, їхню компетенцію, про умови реорганізації та ліквідації суб'єкта господарювання, а також інші відомості, пов'язані з особливостями організаційної форми суб'єкта господарювання, передбачені законодавством та інші відомості, що не суперечать законодавству.

Згідно зі статтею 56 ГКУ суб'єкт господарювання може створюватися та діяти на підставі модельного статуту, затвердженого Кабінетом Міністрів України, що після його прийняття учасниками стає установчим документом.

У розділі II, глави 6, статті 66 ГКУ зазначено, що майно підприємства становлять виробничі і невиробничі фонди, а також інші цінності, вартість яких відображається в самостійному балансі підприємства.

**Джерелами формування майна підприємства** можуть бути:

- грошові та матеріальні внески засновників;
- доходи, одержані від реалізації продукції, послуг, інших видів господарської діяльності;
- доходи від цінних паперів;
- кредити банків та інших кредиторів;
- капітальні вкладення та дотації з бюджетів;
- майно, придбане в інших суб'єктів господарювання, організацій та громадян у встановленому законодавством порядку;
- інші джерела, не заборонені законодавством України.

## 9.5 Державне регулювання діяльності підприємства

Історія свідчить про неефективність як монополізованої, так і суто ринкової економіки. Ринок не в змозі вирішувати низку проблем суспільства, адже до недоліків ринкової економіки можна віднести нестабільність, циклічну природу; нездатність подолати монополізм; байдужість до екологічних проблем, до питання вичерпності ресурсів, до фундаментальних наукових досліджень, до виробництва суспільних благ для незахищених, малозабезпечених верств населення, до соціальних проблем. Ринкова економіка, без втручання держави, не може забезпечити збалансований розвиток суспільства.

Суттєві переваги демонструє економіка змішаного типу, за якої державні органи створюють ефективну систему регулювання економіки, водночас не порушуючи механізми ринкового саморегулювання.

До підсистем регулювання економічних відносин можна віднести такі, як фінансово-валютне, бюджетне, кредитне, податкове, цінове.

Наприклад, у жодній країні з розвинутою ринковою економікою не існує абсолютної свободи в ціноутворенні. Зокрема, на частку продукції, що випускається державами світу, ціноутворення якої регулюється та контролюється державами, припадає в середньому від 10 % до 40 %.

Державне регулювання діяльності підприємства в сучасних умовах реалізується за такими напрямками:

- податкове регулювання – визначення переліку податків та обов’язкових платежів, розмірів та порядку їхньої сплати;
- цінове регулювання – встановлення граничного рівня цін або прибутковості для окремих видів підприємств, компенсація їхніх збитків;
- регулювання умов та оплати праці – розроблення державного законодавства щодо праці та зайнятості, встановлення мінімальної зарплати;
- соціальний захист – пенсійне забезпечення, страхування життя та здоров’я, виплати по безробіттю;
- захист навколишнього середовища – заходи щодо захисту природи у вигляді штрафів та санкцій по забрудненню, проведення природоохоронних заходів;
- бюджетне регулювання – фінансування програм, спрямованих на підтримку соціально значущих підприємств, державне замовлення на виробництво продукції.

### **Контрольні запитання і завдання**

1. Охарактеризуйте підприємство як суб’єкт та об’єкт ринкових відносин.
2. Перелічіть організаційно-економічні умови функціонування підприємств.
3. Розкрийте сутність понять економічного суверенітету, самоокупності та самофінансування підприємства.
4. Які ознаки класифікації підприємств вам відомі, охарактеризуйте кожен з них.
5. Проаналізуйте економічні особливості різних видів підприємств.
6. Користуючись статистичними даними з джерел Інтернету ([www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)), визначте:
  - яка кількість підприємств готельно-ресторанного сектора була зареєстрована за останні 3–5 років, простежте динаміку;
  - за якими організаційно-правовими формами реєстрували підприємства готельно-ресторанного сектора.

## **10 ВИРОБНИЧІ СИСТЕМИ ТА ПРОЦЕСИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

### **10.1 Підприємство як складна виробнича система**

В умовах ринкової економіки підприємство є основною її ланкою, оскільки саме на цьому рівні створюється необхідна суспільству продукція.

Підприємство як основна організаційна ланка національної економіки постійно розвивається відповідно до таких вимог:

- використання досягнень науково-технічного прогресу і забезпечення на цій основі високого техніко-економічного рівня виробництва і продукції, що випускається;

- маневреність і мобільність, тобто спроможність у короткі терміни переключатися з виробництва одних видів виробів на інші і випускати їх у потрібних ринку кількостях;

- раціональне використання всіх видів ресурсів, забезпечення високої ефективності виробництва;

- забезпечення оптимальних умов праці і соціального розвитку колективу підприємства;

- екологічність всіх видів діяльності.

**Соціально-економічна роль підприємства** в умовах ринку істотно змінюються. Ця зміна відбувається за низкою напрямів:

- основні вимоги, які висуває ринок підприємству, – працювати так, щоб результатом діяльності був не тільки випуск продукції або послуг, але й отримання прибутку, тобто завжди має бути перевищення доходів над витратами, ресурсами, що витрачаються, і чим більшим є це перевищення, тим більш прибутково працює підприємство;

- на зміну вимозі випуску якомога більшої кількості продукції, оскільки соціалістична економіка знаходилася в умовах дефіциту за тим або іншим асортиментом продукції, приходиться вимога – не тільки провести продукцію, але і збути її, реалізувати. Подальше нарощування обсягів доцільне тільки в умовах гарантованого збуту продукції;

- на зміну існуючим обмеженням з боку вищих владних органів приходиться самостійність підприємств із багатьох питань його діяльності, але як платня за цю самостійність – можливість неспроможності і банкрутства, тобто підприємство може бути виведено за межі економічної сфери, оскільки воно не змогло працювати в умовах ринку і змушене покинути його.

**Виробництво** – процес створення матеріальних і суспільних благ, необхідних для існування і розвитку.

Виробництво є відкритою системою. **Системою** можна назвати будь-який об'єкт, що має у своєму складі сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих частин або елементів.

**Будь-яка система складається з не менш як чотирьох основних компонентів:** входу, процесу, виходу та пристроїв зворотного зв'язку і контролю.

Особливим класом систем, що об'єднують працюючих, знаряддя і предмети праці та інші елементи, які необхідні для функціонування системи, у процесі якого створюється продукція або послуги є **виробничі системи**. До її основних елементів відносяться люди (трудові ресурси) і матеріальні об'єкти – праця, знаряддя, предмети, продукти праці, а також технологія, організація виробництва.

**Елементами виробничої системи нижчого рівня** є робочі місця.

**До систем вищого рівня** належать структурні підрозділи підприємства, підприємства, галузі тощо. Водночас кожна ланка системи, підсистеми будь-якого рівня відбиває найістотніші риси системи вищого рівня, частиною якого вони є.

Сукупність елементів і стійких зв'язків між ними, що забезпечують цілісність системи і її тотожність самій собі, тобто збереження основних властивостей системи під час різноманітних зовнішніх і внутрішніх змін складають **структуру виробничої системи**.

Між елементами виробничої системи, між системою і зовнішнім середовищем необхідні суттєві, стійкі співвідношення (**закони організації виробничих систем**).

**Основний закон організації – закон синергії** – полягає в тому, що сума властивостей (енергії, якості) організованого цілого перевищує «арифметичну» суму властивостей кожного з елементів системи. Разом із тим під властивістю елемента розуміють параметри, що його характеризують, їхня взаємозалежність, зміни в часі, якості та ін.

**Закон єдності аналізу – синтезу** визначає те, що процеси розподілу, спеціалізації, диференціації та інші необхідно доповнювати протилежними процесами: з'єднання, універсализації, інтеграції тощо.

**Закон пропорційності** означає потребу певного співвідношення між частинами цілого.

**Вимога закону композиції** полягає в тому, що мета діяльності і підсистеми (елемента) одночасно є підціллю діяльності системи.

**Згідно із законом самозбереження** кожна реальна фізична (матеріальна) система спрямована на збереження своєї цілісності та на економію витрат своїх ресурсів.

**Закон відповідності виробничих систем цілям**, що перед ними поставлені.

**Закон резервів у виробничих системах** зумовлений необхідністю компенсації відхилень від параметрів функціонування системи.

**Закон відповідності організації виробничої системи зовнішньому середовищу.**

**Закон усунення надлишковості** – кожна виробнича система має бути завершеною, тобто відмежованою мінімальними зв'язками від інших систем.

**Закони розвитку виробничих систем** – нормальний стан виробничої системи пов'язаний з безперервним її функціонуванням.

**Закон еластичності** відбиває спроможність виробничих систем деформуватися, змінюватися з часом відповідно до умов, що змінилися.

**Закон відповідності зв'язків елементів виробничих систем їхнім властивостям і сутності системи.**

З метою створення матеріальних благ, що забезпечують існування і розвиток в умовах обмежень, люди змушені поєднувати свої зусилля. За певної організації об'єднання зусиль є більш продуктивним та економічним з точки зору витрат енергії, часу, ресурсів. Досягнення «ефекту організації» є одним із найважливіших принципів господарської діяльності людей.

Підприємство є складною виробничою системою з певними процесами і технологіями (рис. 10.1). Основне завдання виробничої системи полягає в тому, щоб сприйняти на «вході» усі вкладання, перетворити їх та на виході видати результат – готову продукцію.

## Умови та потреби зовнішнього середовища



Рисунок 10.1 – Підприємство як складна виробнича система

Для отримання корисного результату (продукції, послуг) необхідно перетворити вкладення – витрати «на вході» у виробничу систему, виконавши низку дій за певними правилами, які визначає технологія.

**Технологія** (технос – мистецтво, ремесло та логос – наука) дослівно з грецької – наука про ремесла, про промисловість (виробництво). Класичне її визначення – це наука про способи і процеси отримання та перероблення продуктів природи, сировини, матеріалів у предмети споживання і засоби виробництва.

**Процес** – це серія операцій (видів діяльності), які здійснюються над початковими матеріалами (вхід процесу), збільшують його цінність і приводять до певного результату (виходу процесу).

**Виробничий процес** – це сполучення предметів, знарядь праці та живої праці в просторі і часі, що функціонують для задоволення потреб виробництва.

Основою будь-якого виробничого процесу є **технологічний процес** – це сукупність дій, спрямованих на зміну форми, розмірів, стану, структури, місце розташування предмета праці. Кожен технологічний процес може бути поділений на певну кількість типових технологічних ланцюгів або операцій і поданий як технологічна схема.

**Основними елементами**, що визначають процес праці і, відповідно, виробничий процес, є доцільна діяльність (або сама праця), предмети праці і засоби праці.

## **10.2 Принципи раціональної організації виробничого процесу**

З метою забезпечення ефективності використання всіх елементів системи в просторі і часі виробничі процеси необхідно належно організовувати.

**Раціональна організація виробничого процесу має відповідати низці вимог і будуватися на таких принципах, як:** спеціалізація, диференціація, концентрація, інтеграція, паралельність, пропорційність, безперервність, ритмічність, прямоточність, автоматичність, гнучкість, гомеостатичність.

Підприємство – складна виробнича система, зокрема за організаційною структурою.

Організаційна структура підприємства характеризує склад, взаємодію, підзвітність елементів системи управління, тобто окремих підрозділів та працівників. Вона має охоплювати всі бізнес-процеси.

## **10.3 Виробнича структура підприємства, її види й характеристика**

**Структура підприємства** – це його внутрішня будова, яка характеризує склад, розміри його внутрішніх підрозділів, їхню підпорядкованість та систему взаємозв'язків між ними.

**Виробнича структура підприємства** – це сукупність, кількісний склад і зв'язки його виробничих підрозділів, які прямо або опосередковано беруть участь у виробничому процесі.

**Загальна структура підприємства** включає, крім виробничих підрозділів, заклади соціально-культурного призначення, покликані забезпечувати працівникам належні умови праці та відпочину, а також підрозділи апарату управління.

Оскільки визначальною у загальній структурі підприємства є саме виробнича структура, то варто враховувати основні **чинники**, які на неї впливають:

– масштаб виробництва – кількість виробів певного виду, типорозмірів продукції визначають формування відповідних за спеціалізацією та потужністю підрозділів; збільшення обсягів виробництва ускладнює внутрішньовиробничі зв'язки і саму виробничу структуру підприємства;

– складність конструкції виробів – вид продукції визначає характер виробничих процесів, а отже, і склад основних цехів, їхню різноманітність, розмаїття виробничих зв'язків між ними;

– різновид технологічного процесу – пов'язаний із попереднім чинником і залежить від нього; складність технології обумовлює ускладнення виробничої структури підприємства, передбачає розширення видів як основних, так і допоміжних та побічних цехів;

– рівень спеціалізації і кооперування – підвищення рівня спеціалізації сприяє однорідності випуску продукції, зменшенню різноманітності цехів, спрощує виробничу структуру; спеціалізація веде до розширення кооперованих зв'язків з іншими підприємствами, що також призводить до спрощення виробничої структури;

– ступінь охоплення життєвого циклу виробів – якщо підприємство, крім безпосереднього виготовлення продукції, її складування і транспортування, передбачає сервісне обслуговування, то це спричиняє створення спеціалізованих підрозділів у регіонах та ускладнення виробничої структури.

#### **10.4 Управління підприємством: поняття, завдання та принципи**

**Управління підприємством** є діяльністю, спрямованою на ефективне його функціонування і досягнення поставленої мети через використання засобів і методів впливу на усі процеси всередині нього, координацію роботи структурних підрозділів та персоналу.

**Завдання управління підприємством** – забезпечити скоординовану діяльність його підрозділів, а також координацію роботи підприємства з елементами зовнішнього середовища.

У ст. 65 ГКУ йдеться про те, що **управління підприємством** здійснюється відповідно до його установчих документів на основі поєднання прав власника щодо господарського використання свого майна і участі в управлінні трудового колективу.

Власник здійснює свої права щодо управління підприємством безпосередньо або через уповноважені ним органи відповідно до статуту підприємства чи інших установчих документів.

Для керівництва господарською діяльністю підприємства власник або уповноважений ним орган призначає (обирає) керівника підприємства.

Підприємство самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розклад.

**Принципи управління** – це певні засади і правила, якими керуються менеджери в процесі управлінської діяльності.

**Серед принципів управління можна відокремити:**

- чіткий розподіл праці;
- додержання дисципліни і порядку;
- повноваження і відповідальність;
- використання мотивації високопродуктивної праці;
- забезпечення рівної справедливості для всіх;
- впевненість у постійності та стабільності роботи;
- дотримання відносин з працівниками відповідно до ієрархічного ланцюга;
- заохочення ініціативи;
- цільової сумісності та зосередження;
- ефективності управління.

**Функції управління:**

- вивчення потреб споживачів та закономірностей їхнього формування;
- співставлення потреб із можливостями їхнього задоволення;
- планування діяльності;
- організація праці та виробництва;
- мотивація досягнення поставленої мети;
- контроль.

**Основні ознаки сучасного управління:**

- поступова відмова від управлінського раціоналізму (розгляд підприємства як закритої системи) і висунення на перший план проблем гнучкості та адаптованості до постійних змін зовнішнього середовища;
- застосування ситуаційного підходу до управління, врахування конкретного набору обставин, які значно впливають на діяльність підприємства в конкретний момент часу;
- необхідність розробки і реалізації стратегічного управління підприємством, який поєднує стратегічний підхід із формування цілей і завдань підприємства та програмно-цільовий підхід до їхньої реалізації;
- використання інноваційного менеджменту, який передбачає сприйняття підприємством усього нового, сучасних досягнень науково-технічного прогресу;

– зростання ролі лідера як носія нового господарського мислення, орієнованого на нововведення, на інтеграцію зусиль працівників, на раціональний ризик;

– соціальна відповідальність менеджера як перед суспільством загалом, так і перед працівниками підприємства; менеджер повинен так організувати їхню спільну роботу, щоб кожна людина максимально реалізувала свої здібності та потенціал.

**Рівень управління** – сукупність ланок управління, які займають певний ієрархічний рівень у системі управління підприємством (рис. 10.2).



Рисунок 10.2 – Ланки управління в готелі

**Організаційна структура управління** – це склад, взаємодія, підзвітність елементів системи управління, тобто окремих підрозділів та працівників

Між елементами системи управління підприємством існують **певні зв'язки**, які поділяються так:

– лінійні – виникають між структурними підрозділами різних рівнів управління, тобто коли керівники цих підрозділів адміністративно підпорядковані між собою (наприклад, директор – начальник цеху – змінний майстер);

– функціональні – характеризують взаємодію керівників, які виконують визначені функції на різних рівнях управління і між ними не існує адміністративного підпорядкування (наприклад, головний технолог – начальник фінансового відділу – начальник цеху);

– міжфункціональні – наявні між підрозділами одного управлінського рівня (наприклад, начальник прядильного цеху – начальник ткацького цеху – начальник обробного цеху).

## Контрольні запитання і завдання

1. Охарактеризуйте підприємство як складну виробничу систему.
2. Розкрийте сутність категорії «система», з яких компонентів вона складається?
3. Охарактеризуйте виробничу систему та її елементи.
4. На основі яких законів формуються і функціонують системи?
5. Що передбачає технологічний процес?
6. На яких принципах базується раціональна організація виробничого процесу? Охарактеризуйте кожний з них.
7. Які чинники впливають на виробничу структуру підприємства?
8. У чому полягає сутність управління підприємством, які його основні завдання?
9. Охарактеризуйте основні принципи управління.
10. Які рівні управління на підприємстві вам відомі? Наведіть приклади посад кожного рівня для підприємств ГРГ.
11. Надайте визначення «організаційної структури підприємства», охарактеризуйте її основні типи.

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України : офіц. текст : [прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. із змінами, внесеними Законом України від 8 грудня 2004 р. : станом на 1 січня 2006 р.]. – Київ : Мін-во Юстиції України, 2006. – 124 с.
2. Господарський кодекс [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. – Електронні текстові дані. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>, вільний. – (дата звернення: 20.05.2022). – Назва з екрана.
3. Податковий кодекс [Електронний ресурс] : Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>, вільний. – (дата звернення: 20.10.2021). – Назва з екрана.
4. Цивільний кодекс [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 № 435-IV. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>, вільний. (дата звернення: 20.10.2021). – Назва з екрана.
5. Про зайнятість населення [Електронний ресурс]. : Закон України від 5.07.2012 р. № 5067-VI. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>, вільний (дата звернення 10.08.2021 р.). – Назва з екрана.
6. Про туризм [Електронний ресурс] : Закон України від 15.09.1995 № 325/95-ВР. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>, вільний. (дата звернення 27.01.2021). – Назва з екрана.
7. Про ціни і ціноутворення [Електронний ресурс] : Закон України від 21.06.2012 р. № 5007-VI. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>, вільний. (дата звернення 27.01.2021). – Назва з екрана.
8. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. – [Чинний від 01.07.2004]. – Київ: Держпоживстандарт України, 2004. – 18 с. – (Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи).
9. ДСТУ 4269:2003 Класифікація готелів. – [Чинний від 01.07.2004]. – Київ: Держпоживстандарт України, 2004. – 16 с. – (Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи).
10. ДСТУ 4268:2003 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги. – [Чинний від 01.07.2004]. – Київ: Держпоживстандарт України, 2004. – 14 с. – (Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи).
11. ДСТУ 4527:2006 Послуги туристичні. Засоби розміщення. – [Чинний від 01.10.2006]. – Київ: Держпоживстандарт України, 2006. – 10 с. – (Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи).
12. ДСТУ 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення. – [Чинний від 01.07.2004]. – Київ: Держпоживстандарт України, 2007. – 10 с. – (Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи).
13. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг [Електронний ресурс]. – Електронні текстові дані. –

Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text>, вільний (дата звернення 20.06.2021 р.). – Назва з екрана.

14. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства [Електронний ресурс]. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02#Text>, вільний (дата звернення 20.06.2021 р.). – Назва з екрана.

15. Басюк Т. П. Економіка готельно-ресторанного бізнесу : навч. посібник / Т. П. Басюк, Т. Л. Керанчук. – Київ : НУХТ, 2018. – 360 с.

16. Баранов С. О. Шляхи детінізації економічних процесів. Аспекти публічного управління [Електронний ресурс] / С. О. Баранов. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <https://aspects.org.ua/index.php/journal/article/download>, вільний (дата звернення 15.09.2021 р.). – Назва з екрана.

17. Бойчик І. М. Економіка підприємства : підручник / І. М. Бойчик. – Київ : Кондор, 2016. – 378 с.

18. Волковська Я. В. Економічна сутність підприємств готельно-ресторанного комплексу [Електронний ресурс] / Я. В. Волковська // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 14. – С. 54 – 58. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_14/14.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_14/14.pdf), вільний (дата звернення 18.09.2021 р.). – Назва з екрана.

19. Гаврилюк С. П. Особливості сучасного розвитку підприємництва на ринку туристичних послуг в Україні [Електронний ресурс] / С. П. Гаврилюк // Вчені записки Університету «КРОК». – 2017. – Вип. 47. – С. 156 – 165. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: [https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/vzuk-47-2017\\_156-165.pdf](https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/vzuk-47-2017_156-165.pdf), вільний (дата звернення 15.09.2021 р.). – Назва з екрана.

20. Гейко Л. М. Національна економіка : навч. посібник / Л. М. Гейко, Н. В. Сментина. – Одеса : Ротапринт, 2012 р. – 315 с.

21. Гончар Л. О. Нормативно-правове регулювання діяльності підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу [Електронний ресурс] / Л. О. Гончар, А. О. Беляк. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/332>, вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.

22. Григор'єва О. В. Кризові явища в економіці та їх прояви на підприємстві [Електронний ресурс] / О. В. Григор'єва, А. Ю. Міщенко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – Вип. 13. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: [https://http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/13\\_1\\_2017ua/18.pdf](https://http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/13_1_2017ua/18.pdf), вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.

23. Гузар У. Є. Світовий ринок готельно-ресторанних послуг: опорний конспект лекцій [Електронний ресурс] / У. Є. Гузар. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: [http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/27899/1/ОПОРНИЙ%20конспект\\_СРГРП\\_Світовий%20ринок\\_Гузар.pdf](http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/27899/1/ОПОРНИЙ%20конспект_СРГРП_Світовий%20ринок_Гузар.pdf), вільний (дата звернення 19.09.2021 р.). – Назва з екрана.

24. Гузар У. Є. Світовий ринок готельно-ресторанних послуг : опорний конспект лекцій / У. Є. Гузар. – Львів : ЛДУФК ім. І. Боберського, 2020. – 71 с.

25. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої. – Запоріжжя : Просвіта, 2017. – 240 с.
26. Інфраструктура регіональних ринків туристичних послуг : монографія / Г. О. Горіна, О. Б. Чернега, Г. А. Богатирьова та ін. – Кривий Ріг : Вид. Р. А. Козлов, 2019. – 145 с.
27. Колесніченко А. С. Нормативно-правове регулювання та державна підтримка розвитку готельної індустрії як інституту туризму [Електронний ресурс] / А. С. Колесніченко // Причорноморські економічні студії. – 2017. – Вип. 23. – С. 37 – 42. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: [https://bses.in.ua/journals/2017/23\\_2017/9.pdf](https://bses.in.ua/journals/2017/23_2017/9.pdf), вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.
28. Колосінська М. І. Мультиплікативний ефект туристичної сфери [Електронний ресурс] / М. І. Колосінська, С. В. Бойда // Ефективна економіка. – 2021. – Вип. 1. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8504>, вільний (дата звернення 22.09.2021 р.). – Назва з екрана.
29. Кравченко О. М. Регуляторні механізми у забезпеченні ефективності ресторанного господарства України [Електронний ресурс] / О. М. Кравченко // дис... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук зі спеціальності 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Одеса, 2015. Електронні текстові дані. – Режим доступу: [http://dspace.opu.ua/jspui/bitstream/123456789/2876/3/disser\\_Kravchenko.pdf](http://dspace.opu.ua/jspui/bitstream/123456789/2876/3/disser_Kravchenko.pdf), вільний (дата звернення 19.09.2021 р.). – Назва з екрана.
30. Кривов'язюк І. В. Кризові явища в українській економіці та їх зв'язок з циклічністю [Електронний ресурс] / І. В. Кривов'язюк // Економіка та держава. – 2010. – Вип. 12. – С.5 – 8. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: [https://www.economy.in.ua/pdf/12\\_2010/3.pdf](https://www.economy.in.ua/pdf/12_2010/3.pdf), вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.
31. Лупич О. О. Формування конкурентоспроможного готельного господарства регіону / О. О. Лупич // дис... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук зі спеціальності 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. – Ужгород, 2017. – 285 с.
32. Мазаракі А. Детермінанти ревеню-менеджменту в готельному бізнесі [Електронний ресурс] / А. Мазаракі, М. Бойко, М. Кулик // Вісник КНТЕУ. – 2017. – Вип. 4. – С. 66 – 78. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2017/04/6.pdf>, вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.
33. Макроекономіка: базовий електронний текст лекцій [Електронний ресурс] / Укладачі: І. Й. Малий, І. Ф. Радіонова, Т. Ф. Куценко, Н. В. Федірко та ін. – Київ : КНЕУ, 2017 – 200 с. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: [http://feu.kneu.edu.ua/ua/depts4/mdu/disciplines\\_of\\_bachelor\\_level\\_mdu/macroeconomics/](http://feu.kneu.edu.ua/ua/depts4/mdu/disciplines_of_bachelor_level_mdu/macroeconomics/), вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.
34. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика [Електронний ресурс] / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 472 с. – Електронні текстові дані. – Режим доступу:

[https://shron1.chtyvo.org.ua/Malska\\_Marta/Hotelnyi\\_biznes\\_teoriia\\_ta\\_praktyka.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Malska_Marta/Hotelnyi_biznes_teoriia_ta_praktyka.pdf), вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.

35. Маначинська Ю. А. Облік і аналіз фінансових результатів в готельному господарстві : монографія [Електронний ресурс] / Ю. А. Маначинська. – Чернівці, 2014. – 423 с. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: [chtyvo.org.ua/content/download/napuka/monography/oblik\\_analiz\\_2014.pdf](http://chtyvo.org.ua/content/download/napuka/monography/oblik_analiz_2014.pdf), вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.

36. Петрушенко Ю. М. Мікроекономіка: теорія та приклади розв'язання задач : навч. посібник / Ю. М. Петрушенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2012. – 320 с.

37. Поліщук О. А. Державне регулювання детінізації туристичного бізнесу : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.03 – економіка та управління національним господарством / О. А. Поліщук. – Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2009. – 20 с.

38. Попрозман Н. В. Теоретичні основи економічного розвитку та зростання аграрного виробництва [Електронний ресурс] / Н. В. Попрозман // Ефективна економіка. – 2015. – Вип. 6. Електронні текстові дані. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4143>, вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.

39. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посібник / П. Р. Пуцентейло. – Київ : Центр навч. літ., 2007. – 344 с.

40. Смирнов І. Г. Визначення рівня конкурентоспроможності країн світу в туризмі: сучасні підходи [Електронний ресурс] / І. Г. Смирнов // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія: Економічні науки. – 2015. – Вип. 5. С. 37 – 49. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: [http://zt.knute.edu.ua/files/2015/5-6%20\(82-83\)/5.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2015/5-6%20(82-83)/5.pdf), вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.

41. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації : монографія / за заг. ред. В. М. Зайцевої. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2018. – 120 с.

42. Теоретичні аспекти виникнення та розвитку кризових явищ в економіці [Електронний ресурс] / В. Є. Хаустова, П. В. Проноза // Проблеми економіки – 2011. – Вип. 4. – С. 13 – 23. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: [https://www.problecon.com/export\\_pdf/problems-of-economy-2011-4\\_0-pages-13\\_23.pdf](https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2011-4_0-pages-13_23.pdf), вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.

43. Фактори макроекономічної нестабільності в системі моделей економічного розвитку [Електронний ресурс]: кол. моногр. / за ред. М. І. Скрипниченко. – Київ, 2012. – 720 с. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <http://ief.org.ua/docs/mg/99.pdf>, вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.

44. Шикіна О. В. Аналіз тенденцій міжнародної готельної індустрії / О. В. Шикіна, К. В. Лисецька // Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2020. – Вип. 39. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39\\_2020\\_ukr/11.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/11.pdf), вільний (дата звернення 16.09.2021 р.). – Назва з екрана.

*Навчальне видання*

**АЛЕКСАНДРОВА** Світлана Анатоліївна,  
**ОБОЛЕНЦЕВА** Лариса Володимирівна,  
**СВІТЛИЧНА** Вікторія Юріївна

## **ЕКОНОМІКА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК**

Відповідальний за випуск І. М. Писаревський  
Редактор О. В. Михаленко  
Комп'ютерне верстання С. А. Александрова  
Дизайн обкладинки С. А. Александрова

Підп. до друку 21.06.2022. Формат 60 × 84/16.  
Друк на ризографі. Ум. друк. арк. 7,08  
Тираж 50 пр. Зам. № .

Видавець і виготовлювач:  
Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова,  
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.  
Електронна адреса: office@kname.edu.ua  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:  
ДК № 5328 від 11.04.2017.