УДК 338.48+65

Давидова О. Ю.
Харківський державний університет харчування та торгівлі
Ліннік В. Ю.
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Проведено аналіз складу чинників та рівня їх впливу на розвиток індустрії гостинності в Україні. Визначено проблеми розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства в Україні. Проведено маркетингові дослідження структури розподілу дискретного доходу на туристичні послуги. Доведено, що розвиток готельного та ресторанного бізнесу залежить від економічного рівня розвитку країни, стану грошової сфери, платоспроможності населення, наявності дискретного доходу та рівня розвитку туристичної галузі. Визначено основні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу.
Ключові слова: туризм, готельне господарство, ресторанне господарство, послуги, споживач, попит.

Постановка проблеми. Готельно-ресторанний бізнес тісно пов'язаний з туристичною галуззю, яка має високий рівень конкуренції. Готельно-ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки у XXI ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура. Сьогодні туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності.

Необхідно зазначити, що туристична індустрія формується комплексом підприємств, які забезпечують чи сприяють забезпеченню потреб людини під час її переміщення незалежно від мети і не пов'язані з оплачуваною у відвідуваній країні працею.

Матеріально-технічну базу структури туристичної галузі утворюють підприємства розміщення, заклади ресторанного господарства, транспортні підприємства та інші підприємства сфери обслуговування туристів. Особливістю туристичного продукту є те, що він містить комплекс послуг, пов'язаних не тільки з розміщенням споживачів у готелі, але й виробництвом фірмових страв й закусок, кондитерських виробів, наданням послуг сервісу та розваг, продажем товарів та сувенірів, друкованих видань тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблем розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства приділено велику увагу вітчизняних науковців, таких як Шипуліна Ю.С., Ілляшенко С.М. [1], Рогоза М.Є., Вергал К.Ю. [2], Агєєва О.А., Акуленок Д.Н., Васильєв Н.М., Васянін Ю.Л., Жукова М.А. [3], Корнева Д.А. [4], Шаповалова О.М. [5], Жукова Т. [6], Нечаюк Л.І. [7], Богуш Л.Г. [8], Ткаченко Т.І. [9], Бартошук О.В. [10], Басюк Д. [11], Бондаренко М.П. [12], Кифяк В.Ф. [13], а також іноземних науковців Шумпетера Й. [14], Wheelwright S.C. [15] та ін. У наукових роботах розглядаються напрями розвитку готельно-ресторанного господарства, аналізуються чинники, що впливають на ринок готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У сучасних умовах розвитку туризму особливої актуальності набуває питання розвитку готельно-ресторанної індустрії, яка виконує одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів – забезпечує їх засобами розміщення, харчуванням, побутовими послугами під час подорожі та ін. Значення готельно-ресторанного бізнесу полягає в тому, що він формує обсяг робіт для туризму, транспорту, ресторанного господарства, роздрібної торгівлі, страхування, культури та мистецтва, архітектури та проектування, екскурсійного обслуговування, рекламної індустрії. Актуальність дослідження та наявність великої кількості невирішених теоретичних питань, які пов'язані з розвитком готельного і ресторанного господарства України, поставили за мету проаналізувати стан індустрії гостинності із виділенням стримуючих факторів її розвитку, а також визначити основні тенденції розвитку підприємств галузі.

Мета статті полягає у визначенні чинників економічної діяльності, які чинять вплив на готельно-ресторанне господарство і орієнтовані на організацію його технологічного і організаційно-управлінського процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Створення сучасної індустрії туризму неможливе без підприємств готельного й ресторанного господарства, які сприяють задоволенню таких першочергових потреб туристів, як проживання й харчування. Важливе значення для готельного бізнесу має покращання сервісу і надання готелю більшої кількості зірок.

Зростання інтересу до готельно-ресторанного бізнесу пояснюється упевненістю суб'єктів підприємницької діяльності в обов'язковому подоланні кризових явищ в економіці. Основою для такого погляду у майбутнє є збільшення прибутковості готельно-ресторанного бізнесу. Так, загальна сума доходів готелів та інших місць для короткострокового проживання у 2014 р. склала понад 2,3 млрд. грн., що на 700 млн. грн. більше, ніж п'ять років тому. Зростання прибутковості готельного бізнесу також призводить до збільшення інвестиційної активності у цій сфері. Відомо, що в Україні відчувається значний брак чотирьохта п'ятизіркових готелів. Так, у 2014 р. готелів класу «люкс» у столиці України м. Київ було всього десять із загальною кількістю номерів 1 459. Така кількість в два рази менше, ніж потреба столиці України в готелях такого класу. Наслідком цього стало збільшення інвестицій у цей сектор туристичної індустрії до 290,0 млн. дол. у 2015 р. Сукупні інвестиції, які будуть спрямовані на будівництво нових готельних об'єктів в Україні, за оцінками експертів, у найближчий час можуть досягти 1,0 млрд. дол. [16].

Таким чином, готельно-ресторанне господарство є важливою складовою туристичного комплексу України, а його ефективне функціонування є індикатором позитивних змін в економіці нашої

© Давидова О. Ю., Ліннік В. Ю., 2015

держави і важливою передумовою інтенсифікації міжнародних зв'язків і інтеграції країни у світову співдружність.

Україна на світовому ринку послуг актуалізується тим, що протягом останніх десятиліть саме торгівля послугами компенсувала негативне сальдо загального торговельного балансу країни. Це відбулося завдяки наявності таких особливо важливих для торгівлі послугами переваг, як сприятливе географічне розташування (найбільший в Європі коефіцієнт транзитності), наявність сприятливих природно-кліматичних умов, розгалуженої транспортної інфраструктури та рухомого складу. Існуючий транспортний потенціал, з урахуванням його кризового стану, є потужним джерелом валютних надходжень [17]. Динаміка показників торгівлі послугами України за 2007–2014 рр. наведена у табл. 1.

Необхідно зазначити, що готельно-ресторанне господарство займає важливе місце у реалізації соціально-економічних завдань. Його основним призначенням є забезпечення населення широким спектром послуг, безпечною та якісною кулінарною продукцією та організація високого рівня обслуговування відповідно до потреб споживача.

Аналіз стану готельного господарства України свідчить про серйозну проблему невідповідності більшості українських готелів сучасному світовому рівню комфорту і сервісу. Застаріла матеріально-технічна база готельного господарства, побудована переважно у 1970–1980-х роках, фактично стримує розвиток в'їзного туризму. Ефективність готельного господарства характеризується коефіцієнтом його завантаження. Чим він вище, тим вище прибутковість готелю. Уважається, що готелі рентабельні та приносять прибуток при середньорічному коефіцієнті завантаження 63–68% [18].

Нестабільність політичної ситуації в Україні, недоліки законодавства у сфері інвестування та підприємництва, невідповідність податкової та бухгалтерської систем міжнародним стандартам породжує велику кількість непорозумінь іноземних інвесторів з українськими партнерами у процесі їх спільної діяльності. Високий рівень і велика кількість податків позбавляє державу конкурентних переваг при залученні іноземних інвесторів. На даний момент високими є ставки мита на ввезення під час надходжень іноземних інвестицій в Україну, непорозуміння з митними органами під час визначення митної вартості товарів, у способі нарахування мита та акцизних зборів. Спостерігається відсутність потужної страхової компанії, яка б покривала комерційні ризики під час реалізації особливо масштабних інвестиційних проектів; обмеженість довгострокових та недорогих банківських ресурсів; відсутність швидкісного транспортного сполучення з промисловими та сировинними центрами.

З початком економічних трансформацій прибутковість закладів ресторанного господарства стала основною метою діяльності підприємств, досягти якої, працюючи на обмеженому сегменті споживчого ринку, що обумовлений низьким рівнем життя українців, вкрай важко. Вплив зовнішніх факторів призвів до того, що більше половини підприємств ресторанного господарства в Україні є збитковими. Українським рестораторам доводиться враховувати національні нюанси – низьку купівельну спроможність більшої частини населення, відсутність налагодженої системи постачання, дефіцит висококваліфікованого персоналу.

Однією з найгостріших проблем ринку є проблема постачання продуктів та спиртних напоїв. Постачальники, які пропонують якісну продукцію, переважно невиправдано завищують ціни. За цього ресторатор, зважаючи на конкуренцію, не завжди може збільшити ціну на страви, і тому зменшується прибутковість.

У світі головною проблемою у сфері готельно-ресторанного бізнесу є підвищена конкуренція. Приймаючи до уваги, що сучасний ринок є агресивним, а пропозиція випереджає попит, готелям важко витримувати конкуренцію. Тому забезпечити конкурентоспроможність закладу готельно-ресторанної індустрії можливо шляхом розширення спектру послуг, підвищення їх якості та впровадження інноваційних технологій обслуговування споживачів.

На готельний та ресторанний бізнес неоднозначно впливає зростання доходів споживачів. У готельному бізнесі, де більша частина споживачів – іноземні туристи, більшою мірою спостерігається залежність розвитку бізнесу від світової економічної ситуації та від рівня розвитку туризму в Україні. У ресторанному бізнесі простежується пряма залежність між доходами споживачів та їх витратами на підприємства ресторанного господарства.

Важливе значення для дозвіллєвих сфер бізнесу набуває не загальний дохід, а дискретний, який представлений як дохід, що залишається після обчислення життєво необхідних витрат на товари і послуги першої необхідності. З метою вивчення та аналізу розподілу дискретного доходу споживачів ресторанних послуг були проведені маркетингові дослідження, завданням яких було виявлення реального стану з використання дискретного доходу споживачами.

Дослідження проводилися за такою схемою:
- розробка анкети;
- проведення анкетного опитування;
- математико-статистична обробка результатів;
- оцінка та інтерпретація результатів.

Як випливає із аналізу отриманих даних, у споживачів із середніми доходами найбільшу питому вагу витрат припадає на туристичні (29%), оздоровчі (23%) та спортивні (22%) послуги. З усього вільного прибутку тільки 16% вони витрачають на харчування в ресторанах й кафе. Такі відносно невисокі витрати пояснюються тим, що споживачі надають перевагу харчуванню вдома, так як

Таблиця 1

Динаміка показників торгівлі послугами України за 2007–2014 рр.

Показник	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Експорт послуг, млрд. дол. США	6,1	7,5	9	11	9,6	11,7	13,7	13,5
Імпорт послуг, млрд. дол. США	2,9	3,7	4,9	6,4	5,1	5,4	6,2	8,4
Сальдо, млрд. дол. США	3,2	3,8	4,1	5,3	4,5	6,3	7,5	5,1
Коефіцієнт покриття експортом імпорту	2,1	2,0	1,8	1,8	1,9	2,2	2,2	1,6

їх бюджет не дозволяє постійно користуватися послугами закладів ресторанного господарства. Структура розподілу дискретного доходу на туристичні послуги наведена на рис. 1.

Рис. 1. Структура розподілу дискретного доходу на рекреаційні послуги

Абсолютно інша структура розподілу доходів у споживачів, що мають високі доходи, – велика частина дискретного доходу витрачається на туризм (37%) та послуги закладів ресторанного господарства (31%). Тому даний сегмент споживачів є найбільш привабливим для готельно-ресторанного бізнесу.

На попит у готельному бізнесі впливають розвиток туризму та ділова активність країни. В Україні рівень розвитку туризму невисокий, незважаючи на багаті природні та історичні ресурси. До низки факторів, що стримують розвиток туризму, можна віднести нерозвинену інфраструктуру, низький рівень сервісу й обслуговування туристів, відсутність анімаційних програм, не завжди цікаву організацію відпочинку. У зв'язку з цим структура потоків туристів і гостей відрізняється від класичної. Тому необхідно виявити, з якою метою в'їжджають до України туристи, та провести необхідні заходи щодо збільшення їх потоків.

Аналіз даних дає можливість сформулювати такі висновки. По-перше, спостерігається тенденція: основна мета приїзду практично всіх відвідувачів – ділова та професійна (67%). По-друге, у іноземних туристів найбільшим попитом користуються ділові поїздки, їх питома вага в структурі відвідування готелів становить 93,6%, частка рекреаційних поїздок складає 4,1%, на інші цілі доводиться незначний відсоток. Структура цілей приїзду гостей усередині країни дещо відрізняється, але, незважаючи на це, великим попитом користуються ділові поїздки (шоп-туризм) та рекреаційні (на відпочинок), частка яких у 2013–2014 рр. склала відповідно 59,4 і 34,6%. Таким чином, діловий і професійний туризм значно перевищує інші цілі відвідування країни туристами, що обумовлено глобалізаційними процесами, що відбуваються у світовій економіці, а також необхідністю зміцнення ділових зв'язків України із зарубіжними партнерами.

Основний попит на готелі в Україні формують ділові люди: засоби розміщення, призначені для цієї категорії споживачів, приймають більше 65% усіх гостей вітчизняних готельних підприємств. Тобто показник активності ділових контактів можна використовувати для оцінки перспектив того чи іншого регіонального готельного ринку. Логічно припустити, що розвиток готелів ділового призначення має пряму залежність від розвитку економіки.

Для витримування конкуренції та досягнення домінуючих позицій лідера у готельно-ресторанній індустрії необхідно вдосконалити процес управління конкурентоспроможністю підприємства, активно нарощувати конкурентні переваги, постійно досліджувати і аналізувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище підприємства, бути гнучким та швидко реагувати на всі зміни.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності готелі та ресторани повинні постійно запроваджувати інновації, що дозволить залишатись провідними у своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів. Однією з найбільших проблем готельного і ресторанного бізнесу є відсутність реклами. Отже, необхідно запроваджувати агресивну рекламу на туристичних сайтах, в турагенціях, що певною мірою знизить зовнішню конкуренцію. Для реклами є вигідною підтримка різноманітних фестивалів, конкурсів. Агресивне рекламування готельної галузі рекомендується провадити в межах співпраці в галузі, що дозволить суттєво знизити фіксовані витрати, розподіливши їх на всіх учасників.

Бажано забезпечити державну підтримку готельного бізнесу, наприклад, на кордоні видавати іноземцям проспекти з усіма готелями України, налагодити співпрацю з Держкомтуризму тощо.

Якщо раніше готельна сфера була орієнтована переважно на туристів, які формулювали готелям умови роботи, то сьогодні – на представників бізнесу, як великого, так і дрібного. Їхні вимоги до комфортного розміщення на порядок вище, ніж у туристів, адже готель для ділової людини – це не тільки місце проживання, а й місце роботи. Сучасні готелі все частіше пропонують споживачам організацію бізнес-конгресів, зали для прес-конференцій, допомогу в організації переговорів з клієнтами та партнерами. Для цих цілей передбачаються не тільки конференц-зали, але й лобі-бари та вестибюлі, де може бути організована кава-брейк. При цьому «ділові» готелі ще й вибирають особливе розташування, зручне з точки зору транспортних розв'язок.

Прагнення все більшої кількості споживачів вести здоровий спосіб життя обумовило нову тенденцію готельного бізнесу. Багато готелів відкривають фітнес-центри, spa-салони, басейни тощо. Крім цього, ресторани при таких готелях приділяють велику увагу здоровому харчуванню: пропонують додаткове меню з дієтичними стравами або відкривають додаткові ресторани здорової їжі, де переважають фрукти, овочі, молочні продукти, риба та м'ясо, які виготовлені за щадними технологіями, які дозволяють зберегти максимальну кількість вітамінів, білків, мінеральних речовин. Також широко поширене відкриття ресторанів з будь-якою національною кухнею.

Національний фактор у сфері готельно-ресторанного бізнесу дуже важливий, і сучасні готельєри, розміщуючи споживачів, намагаються враховувати цей фактор. Наприклад, залежно від уподобань тієї чи іншої нації пропонуються номери з певним температурним режимом, особливим меблюванням, наявністю тих чи інших предметів, відповідних культурі споживача.

Найяскравіша тенденція на сучасному ринку гостинності – поява бутік-готелів. Це особливі готелі із спрямованістю на ексклюзивність,

які пропонують споживачам особливі речі або послуги. Наприклад, кімнати мають не номери, а назви, меблі групуються за кольорами, у номерах є власний обслуговуючий персонал, що працює тільки для конкретних гостей і т. ін.

Ресторанний бізнес в Україні стрімко розвивається: середній клас все частіше віддає перевагу харчуванню в ресторанних закладах.

Однією із сучасних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу є поширення етнографічних закладів ресторанного господарства, що сприяє кращому пізнанню традицій та культури країни перебування. У таких ресторанах, кафе та закусочних національні особливості проявляються через інтер'єр, одяг офіціантів, репертуар оркестру, і особливо через асортимент страв та напоїв. Такі заклади зазвичай відвідує більший контингент туристів.

Підсумовуючи вищезазначене, необхідно сказати, що лише розвиток туризму, рекреації, освіти в галузі готельно-ресторанного бізнесу, мінімальне втручання держави, налагодження системи постачання, транспорту та сфери послуг матиме результатом розвиток готельно-ресторанної галузі, а постійне запровадження інновацій, інвестиції та жорстка конкуренція – збільшення рівня її глобальної та регіональної конкурентоспроможності.

Висновки. На сучасному етапі розвиток ринку готельно-ресторанних послуг здійснюється не в повному обсязі через відсутність системного підходу до формування державної політики та її законодавчого забезпечення. Вироблені стандарти і нормативи у галузі в більшій частині носять формальний характер і не роблять значного впливу на розвиток індустрії гостинності.

Як показав світовий досвід, можна застосовувати використовувані закордоном конкретні заходи, що забезпечують ефективне функціонування готельно-ресторанного сектору, а саме:

– формування єдиної концепції просування на міжнародному туристичному ринку як привабливої для туристів країни;

– створення спільного туристичного майстерплану розвитку територій;

– надання урядових гарантій, податкових преференцій та інших пільг фінансового характеру інвесторам та іншим особам, чия діяльність пов'язана із розвитком внутрішнього і в'їзного туризму;

– формування сприятливого візового режиму для туристичних відвідувань країни;

– створення сприятливих для інвесторів адміністративних процедур, надання інформаційної та консультаційної допомоги інвесторам.

Пріоритетним напрямком розвитку сфери готельних та ресторанних послуг є доведення їх якості до міжнародних стандартів і удосконалення технологій, упровадження нових видів і форм обслуговування, що дозволить у повному обсязі задовольнити потреби споживачів.

У цілому розвиток готельного та ресторанного бізнесу залежить від економічного рівня розвитку країни, стану грошової сфери, платоспроможності населення, наявності дискретного доходу та рівня розвитку туристичної галузі.

Список літератури:

1. Шипуліна Ю.С. Розвиток теоретико-методологічних засад переходу підприємств на інноваційний шлях розвитку / Ю.С. Шипуліна, С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – Т. 1. – № 4. – С. 103–112.
2. Рогоза М.Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми : [монографія] / М.Є. Рогоза, К.Ю. Вергал ; ВНЗ Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 136 с.
3. Агєєва О.А. Туризм і готельне господарство : [підручник] / О.А. Агєєва [та ін.]. – М. : Екмос, 2004. – 400 с.
4. Корнева Д.А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні / Д. А. Корнева // Вісник ДІТБ. – 2011. – № 15. – С. 174–180.
5. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства / О.М. Шаповалова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – № 16. – С. 224–228.
6. Жукова Т. Инновации в гостиничном бизнесе / Т. Жукова // Отель. – 2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http ://www.hotelline.ru.
7. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : [навч. посіб.] / Л.І. Нечаюк, Н.О.Нечаюк. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.
8. Богуш Л.Г. Підходи до формування стратегії розвитку туристичної індустрії в Україні / Л.Г. Богуш // Туристично-краєзнавчі дослідження : зб. наук. праць. – К. : Кармаліта, 2004. – Вип. 5. – С. 135–155.
9. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : [монографія] / Т.І. Ткаченко. – К. : Київський нац. торговельно-економічний ун-т, 2006. – 537 с.
10. Бартошук О.В. Оцінка розвитку туризму в Україні / О.В. Бартошук // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 7. – С. 82–86.
11. Басюк Д. Формування туристичного бренда як фактор регіональної політики / Д. Басюк // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2010. – № 1. – С. 139–147.
12. Бондаренко М.П. Проблеми розвитку туристичних ринків / М.П. Бондаренко // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 7. – С. 87–91.
13. Кифяк В.Ф. Розвиток сфери туризму та рекреації в контексті стратегії економічної політики регіону / В.Ф. Кифяк // Вісник ДІТБ. – 2006. – № 10. – С. 112–117.
14. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер ; предисл. В.С. Автономова. – М. : ЭКСМО, 2007. – 864 с.
15. Wheelwright S.C. Revolutionizing product development: quantum leaps in speed, efficiency, andquality / Steven C. Wheelwright, Kim B. Clark. – Free Press, 2011. – 392 p.
16. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/.
17. Державна служба туризму і курортів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.tourism.gov.ua.
18. Портал гостиничного и ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://prohotelia.com.ua/.

Давыдова О. Ю.
Харьковский государственный университет питания и торговли
Линник В. Ю.
Харьковский национальный университет городского хозяйства имени О. М. Бекетова

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОЙ СФЕРЫ УКРАИНЫ

Резюме
Рассмотрены основные группы факторов развития туризма. Определены проблемы развития туристических предприятий и организаций в Украине. Проведен анализ состава факторов и уровня их влияния на развитие индустрии гостеприимства в Украине. Определены проблемы развития предприятий гостинично-ресторанного хозяйства в Украине. Проведены маркетинговые исследования структуры распределения дискретного дохода на туристические услуги. Доказано, что развитие гостиничного и ресторанного бизнеса зависит от экономического уровня развития страны, состояния денежной сферы, платежеспособности населения, наличия дискретного дохода и уровня развития туристической отрасли. Определены основные тенденции развития гостинично-ресторанного бизнеса.
Ключевые слова: туризм, гостиничное хозяйство, ресторанное хозяйство, услуги, потребитель, спрос.

Davydova O. Y.
Kharkov State University of Food Technology and Trade
LinnikV. Y.
Kharkov National University of Municipal Economy behalf O. M. Beketov

CONCEPTUAL FACTORS DEVELOPMENT HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRIES OF UKRAINE

Summary
The analysis of the composition of factors and level their influence on the development of hospitality industry in Ukraine is done. The defined of problems on the development of establishments of hotel and restaurant economy in Ukraine. The conducted research markets the structure of the discrete revenue for tourist services. It is proved that the development of hotel and restaurant business depends on the level of economic development of country, the scope of the monetary solvency population, the presence of discrete income and level of development of the tourism industry. It's identified the main trends on the development of hotel and restaurant business.
Keywords: tourism, hospitality, restaurant management, services, consumer, demand.

УДК 631.11:338.439.62

Добрівский В. Г.
Боярський коледж екології і природних ресурсів
Паламар І. О.
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ЕВОЛЮЦІЯ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ НА РОЗВИТОК АГРАРНОГО РИНКУ

Досліджено еволюцію наукових поглядів на розвиток вітчизняного аграрного ринку та визначено його економічну сутність. Визначено роль аграрного ринку в сучасних позиціях на світовому ринку. Означено сучасні підходи до сутності механізму розвитку аграрного ринку.
Ключові слова: аграрний ринок, еволюція, державне регулювання, власність, умови функціонування ринку.

Постановка проблеми. Аграрний ринок відіграє важливе значення у національній економіці. На даному ринку купівлі-продажу тут виступають сільськогосподарська продукція та продовольство, зокрема, засоби для ведення виробничої діяльності, комбікорми. Операторами ринку з боку пропозиції виступає аграрний сектор, до якого входять сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, особисті селянські господарства, переробні підприємства, а також підприємства торгівлі та ресторанного господарства. З боку попиту на аграрному ринку оперує все працездатне населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові погляди на розвиток аграрного ринку широко висвітлено у працях В. Андрійчука, М. Зубця, О. Крисального, М. Маліка, П. Саблука, О. Шпичака, В. Юрчишина та ін. У роботах цих вчених значна увага приділялася теоретичному та практичному обґрунтуванню та реалізації розвитку аграрного ринку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Важливою проблемою розвитку аграрного ринку на сучасному етапі його розвитку постає трансформація механізму взаємовідносин між усіма агентами ринку внаслідок реформ регуляторної бази держави з урахуванням євроінтеграційних заходів. Систематизація теоретичних засад еволюції наукових поглядів на розвиток аграрного ринку України в умовах зростання

© Добрівский В. Г., Паламар І. О., 2015