

**Н. В. Орлова**  
*к.е.н., доц.*  
**О. В. Рудінська**  
*к.е.н., доц.*

## **АНТИМОНОПОЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА АСПЕКТИ ТАРИФНОЇ ПОЛІТИКИ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

Актуальність теми пов'язана із тим, що процес і результат ціноутворення в готельному бізнесі цікавить не тільки самих готельєрів, а й контролюючі структури. Це і антимонопольні органи, і ті ж міські адміністрації. Відповідно антимонопольного законодавства України [1, ст. 12], жоден з готельних комплексів не займає монополні позиції, тобто не замає долі ринку більше 35%. Тому монополізація цього висококонкурентного сегменту бізнесу не є актуальною проблемою, але проблема ціноутворення та аспекти регулювання ціноутворення (тарифної політики) в індустрії гостинності потребують розробки підходів та визначення. На сучасному етапі актуальність регулювання та розробки тарифної політики в індустрії гостинності підсилюється вимогами оновленого законодавства [2; 3].

Щоб сформувати ефективну тарифну політику і не стати при цьому об'єктом інтересу з боку контролерів, готелю потрібно орієнтуватися на законодавчі вимоги і дотримуватися судової практики. Висока прибутковість готельного бізнесу безпосередньо пов'язана з тим, наскільки грамотною і продуманою є тарифна політика. Зважена тарифна політика, яка враховує різні фактори, що впливають на рівень попиту на ринку, дозволяє оперативно реагувати на зміну ринкової ситуації і випереджати конкурентів. Головне при цьому не забувати про вимоги антимонопольного законодавства.

Стратегія ціноутворення в умовах високої конкуренції на готельному ринку передбачає гнучкі ціни (best available rate) з урахуванням конкретної ситуації, сезонності (наприклад, в Одесі високий сезон – це тільки два місяці – липень та серпень, середній – травень, червень та вересень, а низький сезон – всі інші місяці), тарифів конкурентів, поточної і прогнозованої завантаженості готелю. Стратегія гнучкого ціноутворення і система спеціальних пропозицій використовується з метою оптимізації завантаження готелю і підвищення основних економічних показників комерційної діяльності, використання диференційованого підходу.

У той же час на прибутковість готельного бізнесу впливають різні ризики: погіршення міжнародної обстановки, кризові явища в економіці, падіння реальних доходів клієнтів і урізання ними своїх бюджетів. Плани держави з розвитку готельного сектора можуть істотно вплинути на ринок готельних послуг.

Законом України «Про туризм» [4] та законодавством щодо управління задля досягнення сталого успіху організації [5] передбачено державну підтримку для створення комфортного підприємницького середовища та залучення позабюджетних інвестицій в будівництво готелів, розширення номерного фонду готелів і номенклатури послуг, що надаються. З метою підвищення лояльності клієнтів у готельному бізнесі використовується комплекс тарифів в залежності від різних факторів: періоду проживання, кількості гостей, включення сніданку чи інших видів харчування у вартість проживання, святкових і вихідних днів. Практично у всіх готелях з великим номерним фондом діють програми лояльності.

На регіональному та місцевому рівнях розробляються та затверджуються генеральні плани розвитку та забудови міст та програми сприяння розвитку туризму та індустрії гостинності. Так, в Одесі відповідно стратегії розвитку регіону та програми 5Т, туризм та його інфраструктура: готельно-ресторанний бізнес входять до перших 5-ти пріоритетів розвитку регіону.

Найсприятливішим сценарієм роботи готелю є наявність сучасного програмного забезпечення та сталої клієнтської бази, якомога більшої кількості корпоративних клієнтів, з якими готель співпрацює без участі посередника. З постійним клієнтом готель завжди може обговорити індивідуальні умови співпраці з встановленням закритих тарифів з урахуванням знижок і бонусів залежно від планованого обсягу замовлень.

Наступний аспект тарифної політики та антимонопольного регулювання – дотримання паритету цін. Паритет цін є обов'язковою умовою роботи з професійними посередниками (туроператори, турагенти); це дотримання готелем паритету цін, під яким розуміється продаж однієї і тієї ж категорії номерів по одній ціні незалежно від каналу продажів – власний сайт, сайти партнерів чи агентів, телефонні продажі та ін.) При цьому маржа у всіх різна, оскільки однаковими є лише ціни, але не комісії для посередників, інформація про яких є закритою. Розмір комісії може варіюватися в залежності від сегмента готельного ринку, в якому працює посередник, від його частки на ринку, популярності та інших факторів.

Ще одним важливим аспектом антимонопольного регулювання та добросовісної конкуренції є професіоналізація та прозорість договірних відносин. У агентському договорі сторони також мають право узгодити можливість перегляду розміру комісії агента в залежності від його активності по залученню клієнтів. Топ-менеджери індустрії гостинності самостійно встановлюють ціни на свої послуги, оскільки вони не є регульованими.

Готельна індустрія сьогодні являє собою галузь зі зростаючим рівнем конкуренції на ринку готельних послуг. Незважаючи на важке становлення ринкових відносин, в Україні за останні роки відкрилося чимало готелів. Нові

підприємства створюються, але через якийсь час частина з них не витримує конкуренції й виходить із бізнесу. Конкуренція – сильний стимул для поліпшення роботи готелю. Основними завданнями в сфері готельного господарства стають створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, створення стабільної клієнтури через уміння знайти свого клієнта, пошук і створення нових шляхів розвитку, постійне відновлення власної політики з обліком динамічно, що розвивається ринку, готельних послуг. Аспекти якості готельних послуг та підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу регулюються ДСТУ ISO 9004:2012 [5].

На завершення, наведемо статистичні дані. За даними Державної туристичної адміністрації України в країні на 1000 жителів у середньому приходиться 2 готельні місця. У Києві на 1000 жителів приходиться 6 готельних місць, в Одесі – 9, у Відні – 25, у Парижі – 38. Статистика свідчить про низьку пропозицію вітчизняної індустрії гостинності в порівнянні з країнами Європи. Перспективи розвитку і росту галузі очевидні, тому антимонопольне регулювання та управління тарифною політикою у відповідності стандартам якості та конкурентоспроможності лише набувають актуальності.

### ***Список використаної літератури***

1. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 № 2210-III; *станом на 25.09.2019*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14> (дата звернення: 15.10.2019).
2. Про прийняття та скасування національних стандартів : Наказ від 13.08.2019 № 248. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0479774-18> (дата звернення: 15.10.2019).
3. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) : Постанова Кабінету Міністрів України від 27.07.2009 № 803; *станом на 07.08.2018*). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF> (дата звернення: 15.10.2019).
4. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР; *станом на 04.11.2012*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/ed20121104> (дата звернення: 15.10.2019).
5. Управління задля досягнення сталого успіху організації. Підхід на основі управління якістю: ДСТУ ISO 9004:2012. (ISO 9004:2009, IDT). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0479774-18> (дата звернення: 15.10.2019).