

ОЦІНЮВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ПРИ ФОРМУВАННІ ІНФРАСТРУКТУРИ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

Сухомлин Л.В.

*Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського, м. Кременчук*

Визначення ринкової вартості організації дає реалістичне уявлення про його потенційні можливості та умови виживання на конкурентному ринку. Процес оцінки бізнесу організації є підставою для розробки стратегії, виявлення альтернативних підходів та визначення такого, який забезпечить компанії максимальну ефективність, а отже, більш високу ринкову ціну. Готельний бізнес розглядається як один з факторів розвитку в'їзного туризму, як базис для планування виробництва туристичного продукту при визначенні пріоритетних напрямків інвестиційної політики в регіоні. Передбачається наявність розвинутої готельної мережі, яку складають фінансово стійкі та економічно незалежні готельні підприємства.

Попит на готельні послуги затребуваний, насамперед, в місцях, які охарактеризовані як «культурні» або «ділові» центри. Отже, місце розташування, нерухомість для розміщення клієнтів, рівень сервісу враховуються як фактори, що визначають готельний бізнес. Соціально-політична нестабільність в Україні, на даний час, виступила основним фактором впливу на комерційну нерухомість, що негативно позначилося на готельному бізнесі. Головною метою інвесторів і девелоперів є повернення інвестицій й отримання прибутку від готелю. Диверсифікація бізнесу та пошук нових сфер діяльності сприяють залученню інвесторів в готельну справу, що передбачає нові можливості використання грошових коштів. При розв'язанні питання фінансування інвестиційного проекту враховується не тільки короткострокове повернення коштів, а також тривалість життєвого циклу. Інша, не менш важлива обставина – наявність високого попиту на готельні послуги при відносно стабільному стані ділової активності в інших сегментах ринку. Оцінка готелів має ряд особливостей, що впливає на використання певних методів та підходів. Поряд з ринковим та витратним підходами при проведенні інспекції, найбільш реалістичну вартість забезпечують методи, що застосовуються в рамках доходного підходу. Розрахунки показали, що при зменшенні ціни розміщення в готелі на 13%, очікується зростання заповнюваності на 2% при забезпеченні прибутку на рівні до зменшення ціни. Готелі відносяться до категорії підприємств, які вимагають значних витрат управлінського та обслуговуючого персоналу. Управління готельним бізнесом вимагає постійного ведення маркетингової діяльності та контролю в рамках всього діапазону послуг.