

УДК 338.483.13:392.72

Тарас Перегіняк

аспірант,

Львівський університет бізнесу та права,

м. Львів

*Науковий керівник: **Орислава Графська***

д-р екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,

Львівський державний університет фізичної культури

імені Івана Боберського,

м. Львів

АНАЛІЗ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ ПОБУДОВИ ТАРИФНОЇ ПОЛІТИКИ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

На сьогоднішній день сфера гостинності відноситься до сфер ринкової економіки, які найбільше постраждали від наслідків ,як всесвітньої пандемії Covid -19 , так в даний час уже понад півтори року живуть і працюють в умовах повномасштабної війни в Україні. Але не зважаючи на вище вказані форс мажорні ситуації сфера гостинності продовжує працювати , а в деяких регіонах нашої країни здебільшого в Західній частині України , демонструє динаміку розвитку. Сфера гостинності включає в себе , багато інших супутніх галузей, серед яких варто відзначити :

- Туристична галузь;
- Галузь готельно – ресторанного бізнесу;
- Транспортного забезпечення ;
- Виробництво та реалізація крафтової продукції та інші.

Тому всі вище згадані галузі відповідно взаємопов'язані та взаємодіють між собою . В результаті співпраці їм необхідно постійно регулювати методи і принципи своєї взаємопов'язаності на роботі , а також постійно проводити моніторинг їх тарифної політики.

Щодо концептуальних принципів тарифної політики варто зазначити наступне:

Тарифна система – сукупність встановлених нормативів для організації та планування оплати праці, тарифікації робіт, присвоєння розрядів робітникам, призначення на посади і регламентація праці службовців (див.рис.№1) [1].

СТАНДАРТИ ПОБУДОВИ ТАРИФНОЇ СИСТЕМИ

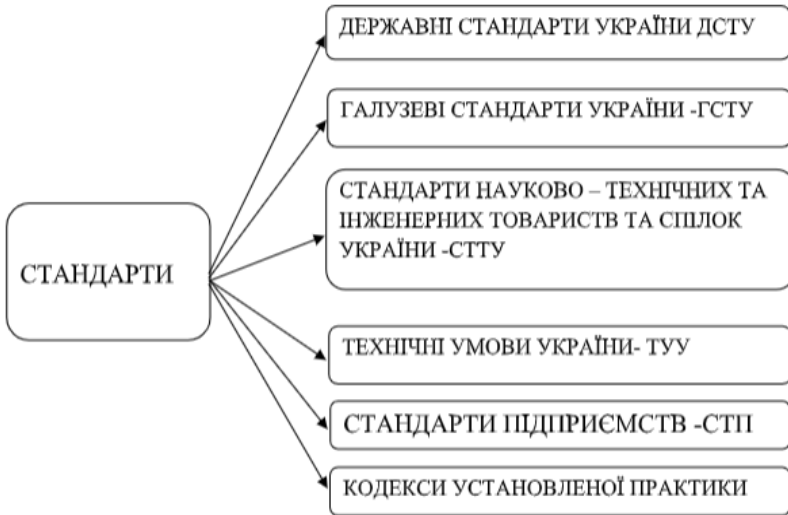


Рисунок 1

В сфері гостинності однією з домінуючих галузей є галузь готельно- ресторанних послуг. При побудові тарифів найважливіше враховувати наступне:

- собівартість номерів і готельних послуг загалом;
 - інвестиції, що надійшли, або ті, надходження яких очікується;
 - ситуацію і тенденції на основних цільових ринках;
 - норми прибутку і повернення витрат на вкладений капітал;
 - реальні попит і пропозицію на ринку;
 - можливості конкурентів і наявність у даній місцевості інших засобів
- тимчасового проживання;
 - якості обслуговування у готелі та можливості її поліпшення

Готельне підприємство – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням. Порядок встановлення категорій готелям визначається Кабінетом Міністрів України [2].

У структуру готельного тарифу (вартість проживання), окрім вартості розміщення у номері певної категорії, можуть входити такі складові, як дворазове чи триразове харчування або лише сніданок, послуги міні-бару (напої), послуги сауни та ін., відповідно до особливостей попиту клієнтів та маркетингової (в тому числі продуктової) політики готельного підприємства. Також тарифи можуть передбачати знижки, або надбавки. Залежно від особливостей формування готельним тарифам присвоюються спеціальні назви: "сімейний тариф", "родинний тариф", "європейський тариф", "американський тариф" тощо.

Отже, проводячи аналіз вище наведеного можемо зробити висновок, що концептуальних принципів побудови тарифної політики в сфері гостинності базуються на загально прийнятих на державному рівні стандартах, і відповідно повинні бути конкуренто спроможні на ринку товарів та послуг.

Ключові слова: концептуальні принципи, тарифна політика, сфера гостинності.

Список використаних джерел:

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
2. Про ціни та ціноутворення : Закон України [Електронний ресурс]. – <https://zakon.rada.gov.ua/go/5007-17>