

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті подано методiku суспільно-географічного дослідження готельного господарства, яка включає застосування низки загальнонаукових, конкретно-наукових методів дослідження, методологічні напрацювання географії послуг.

Ключові слова: готельне господарство, системно-структурний аналіз, системний та процесуальний підходи, територіальна організація, регіональний розвиток, економічна ефективність

Постановка проблеми у загальному вигляді. Готельне господарство як вид економічної діяльності має свої специфічні ознаки, які дозволяють виділити його в окрему галузь сфери послуг. Як галузь сфери послуг і складова індустрії туризму готельне господарство у своєму функціонуванні підпорядковане дії загальних та спеціальних суспільних законів і закономірностей. Саме на виявлення тенденцій і закономірностей територіальної організації готельного господарства спрямована розроблена методика суспільно-географічного дослідження, яка поєднує системний та процесуальний підходи, методи системно-структурного аналізу та часових зрізів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень готельного господарства дозволяє стверджувати, що здебільшого воно досліджується економічною наукою як складова індустрії туризму (Л.Г. Агафонова, Т.І. Ткаченко, Л.М. Шульгіна, Г.І. Михайличенко, Н.В. Мельниченко, І.М. Мініч, В.Ф. Кіфяк, Т.Г. Сокол та інші), де основна увага приділяється питанням економічної ефективності готельної справи, маркетингу та менеджменту, організації ринкової діяльності готелів в індустрії туризму. Значний обсяг публікацій присвячений оцінці якості обслуговування в готелях і готельних комплексах, організації діяльності готелю (А. Байлик, В. Гуляєв, М. Євдокименко, Х. Роглев, В. Федорченко та інші).

В основу пропонованої методики покладені розробки суспільних географів, які займаються дослідженнями географії послуг: О.О. Любіцевої, Т.І. Шпараги, М.О. Барановського, В.І. Куценко, Л.І. Запорожан та інших.

Формування цілей статті. Метою даної роботи є розробка методики визначення рівня розвитку готельного господарства України.

Виклад основного матеріалу. Методика дослідження – це сукупність спеціально підібраних методів з метою практичного чи теоретичного пізнання дійсності. Методи поділяють на загальнонаукові, конкретно-наукові та спеціальні (рис. 1.) [3].

Більшість методів дослідження готельної сфери є загально- та конкретно-науковими. У дослідженні при зборі та обробці інформації застосовувались літературний, описовий, нормативний, статистичний, візуальний (спостереження), польових досліджень, описовий, картографічний, математичний, економічний методи, на яких і базується методика суспільно-географічного дослідження.

Методика суспільно-географічного дослідження готельного господарства ґрунтується на системному та процесуальному підходах. Системний підхід і його основний метод – системно-структурний аналіз, – передбачають визначення кінцевого елемента об'єкта дослідження, його атрибутів та зв'язків. Процесуальний підхід і його основний метод – метод часових зрізів, – передбачають визначення та обґрунтування системи часових зрізів, за допомогою яких може бути розкритий механізм регіональних зрушень у розвитку готельного господарства. Поєднання цих двох підходів дозволяє розглядати об'єкт як цілісне утворення взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів, розвиток яких в часі та просторі проявляється в регіональних зрушеннях і закріплюється механізмом територіальної організації.

Елементом готельного господарства як системи є підприємство, що надає послуги розміщення та низку додаткових послуг тимчасовим відвідувачам за задалегідь визначену плату, які сприяють їх безпечному та комфортному перебуванню поза постійним місцем проживання. Ці підприємства пов'язані між собою речовими, інформаційними та організаційно-управлінськими зв'язками [1]. Готельне господарство як система характеризується такими атрибутами: змістовність, структурованість, територіальність, динамічність, функціональність, взаємозв'язність [2].

Функціональність готельного господарства як системи визначається його призначенням: надання послуг тимчасовим відвідувачам (подорожуючим) у відповідності до умов і рівня розвитку ринку готельних послуг. Взаємозв'язок і взаємодія елементів-підприємств у межах

готельного кластера та індустрії туризму регламентують місце готельного господарства на ринку послуг. Ознаками змістовності системи є кількість, якість та міра. Структурованість визначається характером та стійкістю відносин між елементами. Однією з ознак структурованості може розглядатись територіальність з такими її характеристиками, як розподіл (концентрація, диференціація), малюнок (композиція, диспозиція), інтенсивність. Динамічність системи є її розвитком і змінами в часі й просторі. Саме вона покладена в основу визначення та обґрунтування процесу регіональних змін у розвитку готельного господарства. На основі аналізу динаміки регіонального процесу розвитку готельного госпо-

дарства пропонується його хронологічна структуризація: визначаються часові зрізи як етапи, найбільш характерні для процесу розвитку системи в цілому, виходячи з її функціонального призначення. Тривалість етапів залежить від аналітичного періоду. Аналітичним періодом розвитку готельного господарства є історичний період, відображений в історії розвитку даного виду діяльності на теренах України, зафіксований у різноманітних джерелах. Етапи на основі того ж критерію динамічності, але вже з урахуванням дрібних флуктуацій в організаційно-управлінській, територіальній та компонентній структурі, рівнів розвитку та його регіональних відмінностей, поділяються на періоди.

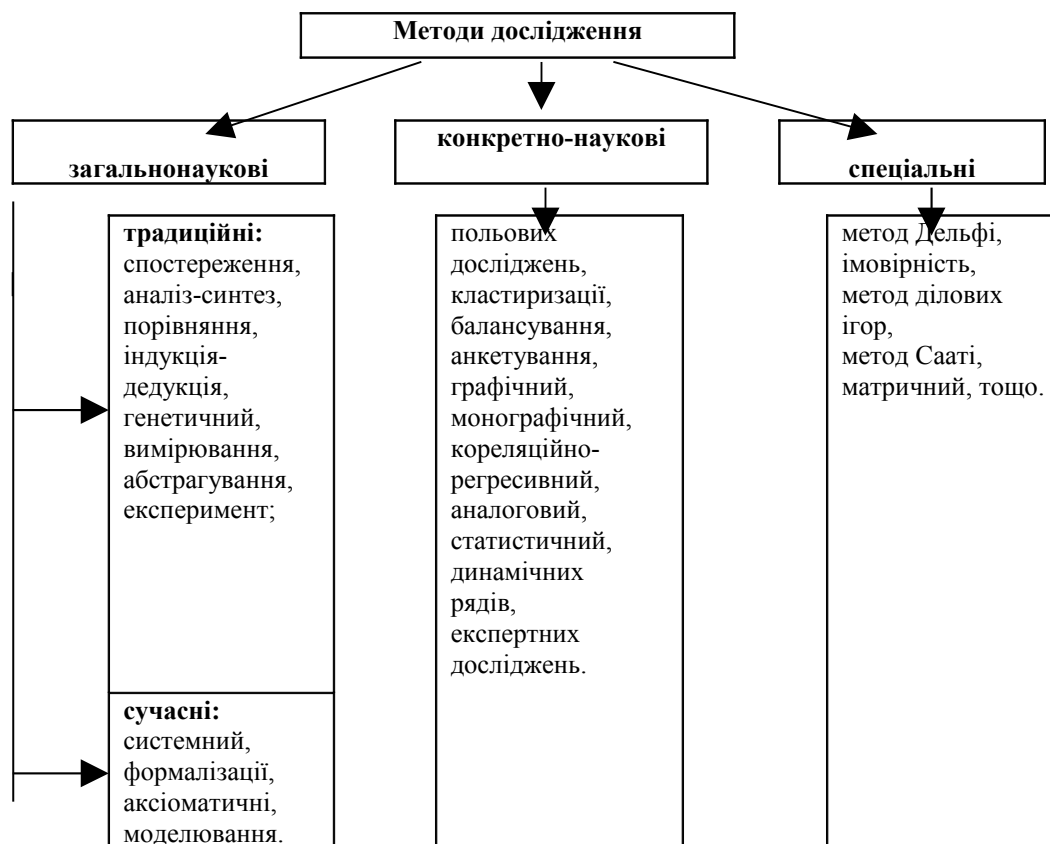


Рис. 1. Класифікація методів дослідження

Обґрунтування системи часових зрізів регіонального аналізу розвитку готельного господарства в Україні має базуватися передусім на ретроспективному аналізі цього розвитку. Саме ретроспективний аналіз визначає традицію, що була закладена етнічною культурою українців та народів, які населяють країну, і відображена в історії розвитку готельної справи. Основна увага має бути приділена трансформаційним процесам у суспільній та економічній практиці становлення української державності і оцінці сучасного стану готельного

господарства, оскільки це відповідає конструктивній спрямованості дослідження. Хронологічними межами процесу територіального розвитку готельного господарства визначені часи незалежності України: 1991-2009 рр., а динаміка розвитку дозволили виділити наступні етапи: I етап (історичний), метою якого є виявлення традиції в організації готельної справи, зафіксованої у формуванні певних елементів територіальної структури, а також оцінка стану готельного господарства і особливостей його територіальної організації на початок

1990-х років; II етап (трансформаційний), який охоплює часи зміни суспільного ладу, становлення в країні ринкових відносин і перебудови галузі на ринкових засадах в останнє десятиріччя XX ст. (1991-2000 рр.); III етап (сучасний або протягом XXI ст.), пов'язаний з дією двох протилежно спрямованих сил: з одного боку, негативний вплив кризових явищ у світовій та українській економіці, а з іншого боку, чемпіонат Європи з футболу "ЄВРО-2012", який позитивно впливає на розвиток готельного господарства завдяки цілеспрямованій державній політиці розбудови галузі.

Методика системно-структурного аналізу суспільно-географічного дослідження готельного господарства включає такі етапи:

1) визначення чинників, які впливають на розвиток, функціонування та регіональні особливості готельного господарства;

2) визначення рівня розвитку готельного господарства та його регіональних особливостей;

3) визначення динаміки розвитку готельного господарства в цілому та в розрізі регіонів і виявлення рушійних сил динамічних процесів;

4) виявлення та типізація елементів територіальної структури готельного господарства;

5) виявлення процесів територіальних змін у розвитку готельного господарства;

6) визначення механізму територіальної організації готельного господарства на сучасному етапі;

7) розробка пропозицій щодо удосконалення механізму територіальної організації готельного господарства країни та регіонів.

Таким чином, на кожному з етапів розвитку готельного господарства визначається рівень розвитку та територіальна диференціація досягнутого рівня, виявляються ареали, відмінні за своїм змістовим наповненням. Порівняння територіальних ознак за часовими зрізами дає можливість визначити характер процесу територіальної організації готельного господарства та напрямки його розвитку.

Методика визначення рівня розвитку готельного господарства в розрізі регіонів включає визначення рівня розвитку за трьома ознаками: а) рівень споживання послуг готельного господарства; б) рівень зайнятості в готельному господарстві; в) рівень розвитку потужностей готельної мережі.

Кожен з рівнів визначається за кількісними показниками, які в суспільно-географічних

дослідженнях використовуються при аналізі динаміки процесів, зокрема, процесу розвитку потужностей готельної мережі, процесу споживання готельних послуг, процесу забезпечення галузі кадрами. При визначенні динаміки мають місце такі характеристики, як темпи зростання, а механізм розвитку можна пояснити, проаналізувавши варіаційно-динамічні ряди кожного з показників, або показник рівня розвитку галузі.

У більшості суспільно-географічних досліджень використовуються відносні показники, які характеризують насиченість (рівень споживання, рівень забезпечення) і обчислюються на душу населення (1000 осіб) потенційних споживачів. Саме вони стали базовими при дослідженні рівня розвитку готельного господарства і розраховуються для кожної адміністративно-територіальної одиниці країни – 27 одиниць.

Рівень споживання послуг, які надаються закладами розміщення, визначається як показник споживання за формулою (1.):

$$w_o^i = \frac{W_o^i}{H_o^i}, \quad (1)$$

де, w_o^i – показник споживання готельних послуг, грн./1000 осіб;

W_o^i – обсяг споживання готельних послуг в i -ій області за певний рік, тис. грн.;

H_o^i – чисельність населення в i -ій області за певний рік, тис. осіб.

Рівень зайнятості в готельному господарстві визначається показником праці за формулою (2):

$$p_o^i = \frac{P_o^i}{H_o^i}, \quad (2)$$

де, p_o^i – показник забезпеченості готельного господарства кадрами, осіб/1000 осіб;

P_o^i – кількість зайнятих в готельному господарстві i -ої області за певний рік, осіб;

H_o^i – чисельність населення в i -ій області за певний рік, тис. осіб.

Рівень розвитку мережі готельного господарства визначається за показником потужності закладів розміщення за формулою (3):

$$l_o^i = \frac{L_o^i}{H_o^i}, \quad (3)$$

де, L_o^i – показник потужності закладів розміщення, кількість місць/1000 осіб;

L_o^i – загальна кількість місць в закладах розміщення в i -ій області за певний рік, тис.місць;

H_o^i – чисельність населення в i -ій області за певний рік, тис. осіб.

Всі зазначені показники приведені до спільного знаменника, що надає їм змістовної єдності.

Рівень розвитку галузі – це відносна характеристика. Вона може визначатися або відносно середньостатистичного рівня по країні, або відносно певного нормативного рівня. Кожен з методів має свої переваги й недоліки. Так, метод співвідношення з середнім значенням показника дає змогу порівняти області за досягнутим рівнем розвитку галузі, тобто за рівнем спожитих послуг, але не дає уявлення про незадоволений попит і напрямки розвитку галузі. Цей недолік певною мірою усувається застосуванням нормативного методу визначення рівня розвитку галузі, але норматив має узагальнений характер і не враховує умов розвитку галузі, які певною мірою відмінні по областях країни і залежать від характеру туристичних потоків, демографічних характеристик населення, рівня та якості життя, структури та характеру зайнятості, розселення тощо. До того ж нормативно визначена лише одна з вибраних характеристик, а саме показник потужності мережі – L_u (кількість місць в засобах розміщення). Нормативне значення $L_u = 10$ місць/1000 осіб.

Метод співвідношення з середнім значенням показника [4] дозволяє перейти від розмірних показників до безрозмірних індексів, співставляючи конкретні значення показників по областях з середнім значенням показника по Україні за формулами (4; 5; 6)

$$I_w = \frac{W_o}{W_u} \quad (4), \quad I_l = \frac{L_o}{L_u} \quad (5), \quad I_p = \frac{P_o}{P_u} \quad (6)$$

де I_w - індекс споживання готельних послуг;

I_p - індекс трудовозабезпеченості галузі;

I_l - індекс локалізації, який характеризує розвиток мережі і вказує на забезпеченість споживачів потужностями готельного підприємства.

Визначення інтегрального індексу розвитку готельного господарства в регіоні здійснюється за формулою (7):

$$I = \frac{I_w + I_l + I_p}{3} \quad (7)$$

Рівень розвитку готельного господарства в країні – $I_u = 1$. Якщо отримане значення індексу більше за 1, то область має рівень розвитку галузі вищий за середній по країні, і відповідно, навпаки, якщо значення індексу менше за 1 – область має рівень нижчий середнього по країні. Пояснити причини досягнення певного рівня розвитку галузі можна на основі аналізу складових інтегрального індексу.

Кількісні критерії ранжування регіонів за рівнем розвитку готельного господарства встановлені наступні: високий рівень розвитку – I ранг $\geq 1,0$; середній рівень розвитку – II ранг $0,99 - 0,70$; нижче середнього рівень розвитку – III ранг $0,69 - 0,40$; низький рівень розвитку – IV ранг $\leq 0,39$.

При аналізі рівня розвитку готельного господарства та його регіональних відмінностей використовуються показники математичної статистики, зокрема, варіаційного розмаху ($V_k = I_{\max} - I_{\min}$), коефіцієнту варіації ($k_v = I_{\max} / I_{\min}$), значень варіаційного розмаху в групах, де індекс розвитку вищий та нижчий за середньо український, що дає можливість пояснити, за рахунок яких сил відбуваються регіональні зміни.

Таким чином, на кожен часовий зріз отримуємо інтегральний індекс рівня розвитку готельного господарства, за яким провадимо зонування території і виявляємо регіони, які мають рівень розвитку вищий, нижчий за середній по країні. Порівняння часових зрізів дає можливість визначити процес територіальних змін, а аналіз чинників – виявити механізми такого розподілу.

Серед основних чинників, які впливають на розвиток готельного господарства, слід особливо виділити чинник попиту на його послуги, який визначається кількістю туристів, що прибувають до даного регіону. В свою чергу, мотивація до здійснення туристичної подорожі і вибір туристом певної дестинації залежить від наявності ознак, які називають потрібним «А» туризму: атрактивності (Attractions), доступності (Access), зручності (Amenities) [5]. Готелі входять до цих ознак і можуть виступати як зручності, або навіть як атракції, якщо вони унікальні (як, наприклад, готель «Парус» в ОАЕ), забезпечувати, як суб'єкти ринку, транспортну та інформаційну доступність дестинації. Таким чином,

вимальовується наступний взаємопов'язаний ланцюжок (8):

$$A + I = PGG_d \quad (8)$$

де, А – атрактивність туристичних ресурсів і можливостей певної території;

I – інформація про її туристичні атракції і доступність;

РГГ_д – розвиток готельного господарства в дестинації (туристичному центрі).

Встановити цю залежність можна за допомогою методів кореляційно-регресивного аналізу.

Кореляційний аналіз – метод обробки статистичних даних, що полягає у вивченні коефіцієнту кореляції між змінними. При цьому порівнюються коефіцієнти між однією парою або множиною пар ознак для встановлення між ними статистичної взаємодії. Мета кореляційного аналізу – забезпечити отримання інформації про одну змінну за допомогою іншої змінної. Визначення коефіцієнтів кореляції між розвитком готельного господарства та виділеними чинниками дасть можливість не тільки кількісно підтвердити наявний зв'язок, а й визначити щільність взаємодії. З цієї метою використовується коефіцієнт рангової кореляції Спірмена: (9)

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n^3 - n} \quad (9),$$

де, r_s – коефіцієнт рангової кореляції за Спірменом,

d² – квадрат різниці рангів,

n – кількість елементів сукупності або «пар» рангів, що порівнюється.

Позитивне значення r_s(+) свідчить про пряму залежність між об'єктом та чинником, відповідно r_s(-) є оберненою залежністю. Зменшення абсолютного значення r_s свідчить про послаблення кореляційної залежності, за її відсутності r_s= 0. Зрозуміло, що чим ближче r_s до +1 чи -1, тим сильніша кореляційна залежність [6].

Аналіз територіальної організації має базуватися також на характеристиці діяльності конкретних об'єктів дослідження – закладів, що надають послуги розміщення/гостинності. Основними статистичними показниками, які дозволяють оцінити мережу готельної сфери є: перелік закладів розміщення, їх кількість, потужність (кількість місць, кількість номерів).

Економічна ефективність діяльності готелю характеризується показниками прибутковості (10) та рівня рентабельності (11):

$$F = Z - G \quad (10)$$

де, F – прибуток готелю за певний проміжок часу (рік), тис.грн.

Z – сукупні доходи готельного підприємства, тис.грн.

G – сукупні витрати готелю, тис. грн.

$$Y_h = F / C_h \times 100 \% \quad (11)$$

де, Y_h – рівень рентабельності готельного підприємства, %

F – прибуток готелю за певний проміжок часу (рік), тис.грн.

C_h – собівартість одиниці готельної послуги (ліжка/місяця або номеру), грн..

Одним з основних показників діяльності готелю є й показник завантаженості готелю. Рівень завантаженості готельного підприємства розраховується за формулою (12):

$$R_{з.} = \frac{Q_{п.н.}}{Q_{з.н.}} \times 100\% \quad (12)$$

де R_{з.} – рівень завантаженості готельного підприємства;

Q_{п.н.} – кількість проданих номерів;

Q_{з.н.} – кількість номерів, запропонованих до продажу.

Рівень та якість обслуговування відвідувачів готелю значною мірою залежить від персоналу: його кваліфікації, фондо- та енергоозброєності, мотивації до праці та інших ознак. Одним з показників аналізу діяльності готелю можна вважати показник навантаження на робочу одиницю (13):

$$R_p = \frac{H_n}{P_n}, \quad \text{де} \quad (13)$$

де, R_p – кількість номерів, яка припадає на 1 особу обслуговуючого персоналу;

H_n – кількість номерів у готелях, од.

P_n – середньооблікова кількість штатних працівників готелів, од.

Середня кількість гостей, що припадає на один проданий номер розраховується за формулою (14):

$$Q_{г.сер.} = \frac{Q_{г.}}{Q_{п.н.}} \quad (14)$$

де, Q г. сер. – середня кількість гостей;

Q г. – кількість гостей;

Q п. н. – кількість проданих номерів [7].

Таким чином, методика суспільно-географічного дослідження готельного господарства включає застосування низки загальнонаукових, конкретно-наукових методів дослідження, специфічні методи та підходи суспільної гео-

графії, методологічні напрацювання географії послуг й базується на показниках, які характеризують розміщення та потужності готельної мережі, економічну діяльність готелів і використовуються з метою визначення рівня розвитку готельного господарства та його регіональної диференціації.

Література:

1. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь / Э.Б.Алаев – М.: Мысль, 1983. – 350с.
2. Денис З.Е. Методология и методика социально-экономгеографических исследований / З.Е. Денис – Рига : Зинатне, 1980. – 262с.
3. Крушельницька О.В. Методология та організація наукових досліджень: Навч. посібник / О.В. Крушельницька. – К.: Кондор, 2003. — 192 с.
4. Любіцева О.О. Територіальна організація соціальної інфраструктури сільського адміністративного району / О.О. Любіцева // Вісник Київського університету. Серія Хіміко-біологічні науки та науки про Землю. – К.: «Либідь», 1991. - №2. – С. 47-50
5. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. – К.: ВПЦ Київський університет, 2008. – 335с.
6. Любіцева О. О. Методичні вказівки до виконання практичних робіт з курсу «Географія послуг» / О.О. Любіцева. – К.: ЛГТ, 2009. – 34 с.
7. Пуцетейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник / П.Р. Пуцетейло. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 344 с.

Резюме:

Поплавская И. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА.

В статье представлена методика общественно-географического исследования гостиничного хозяйства, которая включает применение ряда общенаучных, конкретно-научных методов исследования, методологические наработки географии услуг.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, системно-структурный анализ, системный и процессуальный подходы, территориальная организация, региональное развитие, экономическая эффективность

Summary:

Poplavska. I. METHODOLOGICAL ASPECTS OF ANALYSIS HOTEL MANAGEMENT.

The article presents a method of social and geographical study hotel management, which includes the use of a number of general, specific scientific research methods, researching geography of services.

Keywords: hotel management, system-structural analysis, system and procedural approaches, territorial organization, regional development, economic efficiency

Рецензент: проф. Заставецька О.В.

Надійшла 13.01.2012р.