

Література:

1. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176с.
2. Гуляев В.Г. Туризм: Экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика 2003. – 304с.
3. Дурович А.П., Анастасова Л.М. Маркетинговые исследования в туризме: Учеб.-прак. пособие. – Минск: Новое знание, 2002. – 348с.
4. Закон України “Про туризм” // Офіційний вісник України. Щотижневий збірник актів законодавства. – К.: 2003. – №50. – С.34-56.
5. Жуков М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 200 с.
6. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192с.
7. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 320с.
8. Кабушкин Н.И. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие. – Минск: Новое знание, 2003. – 496с.
9. Любичева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: “Альтерпрес”, 2002. – 320с.
10. Менеджмент туризма. Экономика туризма / Под ред. В.А. Квартальнова: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 320с.
11. Организация туризма: Учеб. пособие / А.П. Дурович, Н.И. Кабушкин, Т.М. Сергеева и др.; Под общ ред. Н. И. Кабушкина. – Минск: Новое знание, 2003 – 632с.
12. Пазенок В.С., Федорченко В.К. Філософія туризму: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2004. – 268 с.
13. Пістун М.Д. Основи теорії суспільної географії. – К.: Вища шк., 1996. – 232 с.
14. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно правових актів / За заг. ред. проф. В.К. Федорченка. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 640с.
15. Регіоналогія туризму: Навч.-метод. видання // Стеченко Д.М., Сабодаш Г.О., Охріменко А.Г. та ін. // За ред. Д.М. Стеченка. – К.: Вид-во КУТЕП, 2004. – 220с.
16. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії. Навч. посібник. – Одеса: Астропринт, 2001 – 560с.
17. Храбовченко Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 292 с.
18. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма: Учеб. пособ. – М.: КНОРУС, 2004. – 448 с.
19. Шаблій О.І. Суспільна географія: теорія, історія, українознавчі студії. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2001. – 744 с.

Summary:

GLOBALIZATION AND INNOVATIVE ACTIVITY IN UKRAINE AND THEIR INFLUENCE ON BECOMING AND DEVELOPMENT OF TOURIST BUSINESS.

In the article the external and internal factors of development of tourist industry are considered in Ukraine.

УДК 338.488.2:640.4

Ігор ПАНДЯК, Марта МАЛЬСЬКА, Михайло РУТИНСЬКИЙ

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

Глобалізація процесів у світовій економіці, інтеграція України у європейські та світові економічні та політичні структури зумовлює об'єктивну необхідність підвищення рівня розвитку туристичної сфери – зокрема готельної субгалузі, основної складової туристичної інфраструктури. В умовах інтегрованої у світову економіку, національна готельна сфера повинна стати засобом формування ринкового механізму господарювання, поповнення бюджету, створення високооплачуваних робочих місць, водночас презентабельного іміджу держави.

У державах із ринковою економікою готельний бізнес розглядається як один із найбільш динамічних та рентабельних видів підприємницької діяльності, із значними капіталовкладеннями у модернізацію матеріально-технічної бази та вдосконалення обслуговування. У туристичній сфері готельний бізнес займає ключові системоформуючі

функції: стимулює розвиток туристичних підприємств, сфери громадського харчування, транспорту, страхування, закладів культури, будівництва та інших, виступає важливим фактором притоку іноземних інвестицій.

Аналіз аспектів формування, територіальної організації та функціонування національного та світового ринку готельних послуг займає в економічних та економіко-географічних дослідженнях вітчизняних науковців вагоме місце. Серед основних сучасних теоретико-методологічних засад вивчення вітчизняного готельного господарства в економічному та геопросторовому аспекті, необхідно виділити працю С.І. Байлика [1]. У праці аналізується типологія готелів за рівнем комфорту та функціональними ознаками, принципи формування сучасної готельної мережі в Україні та за кордоном.

Вивчення особливостей формування індустрії гостинності та ринку готельних послуг на сучасному етапі, формування державної політики регулювання виробничо-комерційної діяльності та розвитку конкуренції у готельному бізнесі здійснюється у працях В.І. Карсекіна, Т.І. Ткаченка [3], Х.Й. Роглева [5]. Комплексний характер наукового аналізу соціально-економічних та геопросторових аспектів рекреаційно-туристичного комплексу України мають праці О.О. Любцевої [4], О.О. Бейдика [2] – з розгорнутим аналізом методологічних та методичних підходів до вивчення загальнонаціонального туристичного ринку.

Вивчення сучасного стану ринку вітчизняного готельного господарства, тенденцій та проблем його трансформації є основною метою цього дослідження. Дослідження готельної сфери здійснюється з позиції визначення особливостей геопросторової та структурної організації основних функціональних типів та класів готельних підприємств, проаналізовано світовий досвід, визначено шляхи реалізації еволюційних процесів у національній сфері гостинності.

На початку 2004 р. в Україні функціонувало 1218 готельних підприємств на 51,1 тис. номерів, що у функціональній структурі представлені 776 готелями, 21 мотелями, 7 готельно-офісними центрами, 9 кемпінгами, 26 молодіжними турбазами та гірськими притулками, клубом з приміщенням для проживання, 279 гуртожитками для приїжджких та інших місць для короткотермінового проживання [6]. За формою власності 57,2 % готельних підприємств перебуває у колективній, 39,8% – державній та комунальній, 2,8% – у приватній, 0,2 % – спільні міждержавні підприємства та підприємства, що перебувають у власності юридичних організацій інших держав.

Упродовж 1995-2003 рр. кількість готельних підприємств в Україні зменшилась на 142 одиниці або 11 %, місткість відповідно на 11253 номери. Найбільше скорочення спостерігалось у Хмельницькій, Кіровоградській, Миколаївській, Запорізькій та Вінницькій областях.

Низький рівень послуг у готельних підприємствах та зростання цін і тарифів на послуги в останні роки, зокрема у 2002-2003 рр. на 17,4 %, зумовлює зниження попиту на послуги готелів. У 2003 р. коефіцієнт використання місткості становив в середньому 29,5 %. Зокрема, найвище його значення характерне для Києва – 50 %, Вінницької – 71 %, Черкаської – 36 %, Кіровоградської – 31 % областей. У двадцяти регіонах показник використання місткості готелів нижчий 25 %. Низький рівень використання місткості готелів призводить до збитковості окремих підприємств та зумовлює використання не за призначенням приміщень. У 2002 р. доходи від інших видів діяльності готелів становили 179,6 млн. грн., або 20,6 % від загальних доходів.

Сьогодні в Україні можна констатувати про відсутність висококонкурентних позицій у цьому секторі національної економіки. Інфраструктура закладів розміщення в Україні не відповідає міжнародним нормам проживання та відпочинку: недостатня кількість готельних підприємств, у структурі готельних підприємств низька частка закладів високої категорії, матеріально-технічна база застаріла та потребує модернізації, відсутні сучасні засоби зв'язку

та інформаційних комунікацій, ефективні та надійні систем захисту, які є передумовою високого рівня якості послуг.

Недостатня в Україні, у порівнянні з провідними країнами у розвитку туризму, кількість готельних підприємств. У 2004 р. в Україні функціонувало 1218 підприємств готельного господарства на 50,4 тис. номерів та 104,6 тис. місць. Для прикладу, у Великобританії функціонує близько 26 тис. готелів, Франції 19,7 тис., Румунії понад 3 тис., Ізраїлі 318 готелів на 41770 номерів. У структурі згідно розмірів готелів, у країнах Європи кількість великих підприємств становить 15-25 % від їх загальної кількості, 75-85 % – готелі сімейного типу та мотелі. В Україні близько 70 % всіх місць зосереджена у великих готелях, мотелі, кемпінги, молодіжні бази – типові у європейських країнах, в Україні у стадії формування. Як свідчить міжнародний досвід, саме невеликі готельні підприємства сьогодні формують основу розвитку сфери гостинності – структуризують ринок готельних послуг згідно попиту споживачів, формують конкурентне середовище та створюють додаткові робочі місця.

У перспективі готельне господарство повинно стати провідним чинником активізації туризму, інтеграції держави у світові структури міжнародного співробітництва, зростання значення національної культури. Для досягнення цієї мети на державному рівні сьогодні необхідно вирішити ряд актуальних проблем.

Насамперед, відсутнє чітке законодавче визначення місця готельного бізнесу у туристичній сфері, його відомче підпорядкування. На законодавчому рівні необхідно визначити правові, економічні та організаційні аспекти створення і розвитку конкурентного середовища на ринку сфери гостинності. Законодавча основа повинна сприяти формуванню та входженню у ринковий простір нових готельних підприємств, зокрема створенню умов правового захисту та виживання малих форм у сфері гостинності.

В українському законодавстві нечітко врегульоване право власності на землю, особливо для іноземних інвесторів. Відсутність можливості приватизації землі та не вигідні умови її оренди для будівництва готелів, механізму концесії історико-архітектурних об'єктів, не приваблює іноземні компанії у готельний бізнес.

Не розв'язаною залишається проблема зміни форми власності, акціонування підприємств готельного господарства. Великі та значна частка середніх готельних підприємств в Україні перебувають у державній та комунальній формі власності; в окремих регіонах приватні готелі зовсім відсутні. У зв'язку із низькою прибутковістю та регуляторним податковим тиском власники більшості готелів розглядають готельний бізнес як доповнення до інших сфер своєї діяльності. Приватизація та акціонування зумовить покращення якості управління на підприємствах готельного господарства, водночас і матеріально-фінансовий стан галузі. Фінансово-економічну політику із зміни форми власності доцільно проводити шляхом залучення з різних джерел фінансових ресурсів. Водночас, необхідно створити для інвесторів систему державних гарантій для захисту приватної власності і капіталу.

Сучасні готельні підприємства в Україні характеризуються типовою структурою послуг, низькою спеціалізацією. Поряд із традиційними повносервісними готелями необхідно створити мережу спеціалізованих підприємств з вузьким спектром послуг, зорієнтованих на обслуговування певної категорії туристів. Насамперед, необхідність створення спеціалізованих підприємств стосується туристичних центрів із чітко вираженою спеціалізацією у спортивно-оздоровчому, конгресовому, центрах з ігровими атракціями та іншими видами туризму.

Поглиблення спеціалізації та впровадження високих стандартів обслуговування у національній сфері гостинності пов'язується із створенням традиційних у світовій готельній індустрії корпоративних форм – міжнародних готельних ланцюгів. Об'єднані у корпорацію провідні готельні підприємства здійснюють колективний бізнес, перебуваючи під єдиним

контролем керівництва ланцюга. Професійний менеджмент несе повну відповідальність за ефективність функціонування, посилення конкурентних позицій. Технологічно успіхи корпоративних форм у гостинності пов'язуються з дотриманням високої якості готельного продукту, ідентичністю послуг та доступністю цін на всіх підприємствах мережі.

На українському ринку готельних послуг міжнародні готельні ланцюги лише формують контури майбутньої діяльності. Річний досвід роботи у міжнародній програмі "The Greatest Hotels of the World" сьогодні розвиває лише один із лідерів національного ринку послуг гостинності – донецький готель "Донбасс Палас". Дворічний досвід роботи має перша українська готельна мережа "Premier Hotels", сформована з п'яти провідних у державі готелів – "Прем'єр Палас" (Київ), "Ореанда" (Ялта), "Дністер" (Львів), "Стар" (Мукачеве), "Лондонська" (Одеса). Пріоритетним напрямком інвестування в українську сферу гостинності розглядає французька готельна мережа "Ассор". Сьогодні корпорація "Ассор" поетапно планує будівництво декількох 3-5 зіркових готелів у Києві, згодом, до 2010 р., розширити мережу до 10-12 готелів в інших містах України – Харкові, Дніпропетровську, Одесі, Донецьку та Львові. Основний сегмент корпоративної мережі на українському ринку у перспективі повинен сформуватись із новозбудованих комфортних 3-х, 4-х зіркових готелів, доступних для широкого кола туристів – з середньою вартістю проживання 50-60 євро.

Уніфікація послуг, ціни готелями, що входять у готельні ланцюги остаточно не вирішує проблеми розвитку та модернізації готельного господарства в Україні. Раціонально збалансований сектор гостинності передбачає необхідність розвитку мережі готелів сімейного типу, молодіжних готелів та спеціалізованих готельних підприємств, зорієнтованих на оригінальність послуг та обслуговування певної категорії туристів.

Невеликі, комфортабельні готелі із регламентованим обсягом додаткових послуг повинні пропонувати за помірну ціну необхідні для роботи та відпочинку якісне персоналізоване обслуговування, стати основним сектором готельної індустрії, утворюючи найбільш чисельну мережу розсосереджених, насамперед, у невеликих презентабельних для туризму населених пунктах – містечках, сільських поселеннях.

Реалізація необхідного кількісного та якісного рівня розвитку інфраструктури сфери гостинності зумовлює необхідність системного та комплексного аналізу інвестування в окремі регіони та окремі сегменти готелів. Реалізація інвестиційних проектів передбачає аналіз основних параметрів функціонування готелів – використання готельних місць різного класу, динаміки середньої ціни номерів, тенденції попиту на основних зарубіжних ринках, а також комплексна інформація пов'язана із загальною стратегією розвитку окремих туристичних і курортних центрів.

Сьогодні іноземні інвестори зацікавлені в інвестуванні будівництва найбільш привабливих 4-х, 5-и зіркових готелів у Києві та інших великих містах України. Зокрема, у Києві, упродовж останніх трьох років залишаються нереалізованими щонайменше два проекти будівництва п'ятизіркових готелів, що зумовлено відсутністю пропозиції інвестиційно привабливої земельної ділянки київською міською адміністрацією. В інших великих містах – Харкові, Дніпропетровську, Одесі, Львові, Запоріжжі, Севастополі, необхідність відкриття готелів високої категорії значно нижча. Тут у найближчі роки для забезпечення попиту бізнес-туристів необхідно передбачити реалізацію 1-2 п'ятизіркових готелів. У Донецьку із відкриттям "Донбас-Паласа" та "Вікторії", попит на готелі високої категорії сьогодні вдалось задовольнити.

Глобалізація світової економіки та трансформаційні процеси у національній економіці зумовлюють інтенсифікацію ділових, наукових та культурних обмінів, зростання у соціальній структурі частки осіб середнього достатку. Роль висококатегорійних готелів та попит на високоякісні послуги у розвитку ділової інфраструктури України буде збільшуватись. Тому, важливо у перспективі враховувати принципи створення сучасної туристичної інфраструктури, провести маркетингові дослідження шляхів і методів

підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва, модернізації засобів розміщення, розвитку найбільш економічно привабливого – ділового туризму. З урахуванням актуальності і перспективності ділового туризму в Україні, сьогодні у всіх великих містах – важливих функціональних центрах виникла необхідність відкриття чотиризіркових готелів.

Згідно офіційної статистики, у 2003 р. в Україні функціонувало 17 (2,1%) висококласових готелів: 1 – п'ятизірковий та 16 – чотиризіркових. У геопросторовому аспекті висококласові готелі зосереджуються, насамперед у Києві (4), Одесі (3), Львівській (5) та Дніпропетровській (2) області, по одному у Донецькій, Закарпатській та АР Крим. Водночас, недостатньою залишається якість обслуговування. Згідно результатів дослідження міжнародних ділових організацій, сьогодні менше 20% готелів України відповідають вимогам міжнародних стандартів якості обслуговування.

Привабливим для інвесторів стає сегмент трьохзіркових готелів. Категорія трьохзіркових готелів повинна стати оптимальною з позиції ціни та якості послуг, орієнтуватись на обслуговування масових туристів, які подорожують з пізнавальною та комерційною метою. Сьогодні у зв'язку із високою вартістю послуг для українських та європейських туристів у категорії 4-х, 5-и зірок, поява нових трьохзіркових готелів зумовить переорієнтацію клієнтів саме до цієї категорії готелів.

Аналогічну перспективу мають нові готелі в економічній категорії – “дві зірки”. У ціновому сегменті двозіркові готелі повинні орієнтуватись на обслуговування внутрішніх масових туристів, дрібний та середній бізнес, державних службовців, туристів із колишнього СНД. Розширення мережі економічних готелів можна реалізувати внаслідок реконструкції безкатегорійних та однозіркових готелів, будівництва нових згідно сучасних стандартів. Важливим аспектом, що зумовить зростання інвестицій у будівництво економічних готелів є швидка окупність у порівнянні із висококласовими готелями.

Важливий напрямок активізації сфери гостинності стосується комплексного освоєння природного та історико-культурного потенціалу найбільш презентабельних туристичних регіонів – Кримського, Карпатського та Азово-Чорноморського, локальних центрів рекреації. Модернізацію сучасних рекреаційних центрів, відкриття нових курортів необхідно провести, опираючись на створення малих форм у сфері гостинності – сімейних готелів, пансіонатів, спеціалізованих закладів розміщення. У центрах туризму з відомими історико-архітектурними пам'ятками – замками, палацами, садибами та іншими об'єктами, створення мережі готелів, зокрема з використанням приміщень зазначених об'єктів, сьогодні за відсутності будь-якої туристичної інфраструктури є основною передумовою їх туристичного освоєння.

Для інвестування реконструкції сучасних та будівництва нових готелів невисокої категорії сьогодні необхідна державна програма відображена у ефективному дієздатному механізмі співпраці зацікавлених інвесторів, місцевого самоврядування та державних органів центральної і місцевої влади. Ця програма повинна коригуватись пріоритетами державної політики розвитку туризму, її реалізацію необхідно здійснювати за участю професійних консультантів профільних сегментів туристичної сфери державного та недержавного рівня із використанням традиційних та новітніх підходів світових лідерів готельної сфери.

Результати дослідження сучасного стану готельної сфери в Україні дають підстави стверджувати, що саме від підвищення її розвитку, інвестування, в значній мірі залежить реальний стан туристичної інфраструктури у державі. Для ефективного функціонування готельної сфери сьогодні необхідна гнучка система державного стимулювання цієї галузі, відображена у розробленій нормативно-законодавчій базі. Водночас, необхідно збільшити кількість засобів розміщення різних категорій з чіткою диференціацією у спеціалізації пропонуваніх послуг гостинності, вдосконалити управління готельними підприємствами в умовах динамічного соціально-економічного середовища та розширення туристичної

діяльності, покращити якість готельних послуг, ефективність маркетингу і взаємодії на туристичному ринку сучасних готелів, на державному рівні максимально підтримувати формування національних готельних ланцюгів, які впроваджують нові стандарти готельного сервісу, єдині підходи організації управління.

Література:

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. – К.: ВИРА – Р, 2001. – 208 с.
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методи аналізу, термінологія, районування. – К.: ВПЦ “Київ. ун-т”, 2001. – 395 с.
3. Карсекін В., Ткаченко Т. Проблеми розвитку готельного господарства в Україні. // Економіка України. – 1997. – № 9.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
5. Роглев Х.И. Некоторые мысли по поводу развития гостиничного бизнеса. // Ресторанный и гостиничный бизнес. – 2004. - № 1.
6. Туризм в Україні – 2003: Статистичний бюлетень. – К., 2004.

Summary:

Igor Pandyak, Marta Malska, Myhaylo Rytunskyj. MODERN STATE AND PROGRESS TRENDS OF HOTEL INDUSTRY IN UKRAINE.

The actual questions of the modern state of hotel sphere of Ukraine are analyzed in the article. The problems of transformation of hotel sphere are examined in markets conditions, forming of state policy of adjusting of production and commercial activity, forming of corporate associations, introduction of new mechanisms of adjusting of quality of services in industry.

УДК 911.3:796.5

Оксана СТЕЦЮК

РОЗВИТОК МЕРЕЖІ МУЗЕЙНИХ ЗАКЛАДІВ У СИСТЕМІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Послуги дозвілля в туризмі є надзвичайно різноманітними, і їх спектр постійно ускладнюється. Великим попитом користуються культурно-просвітницькі послуги, які надаються класичними закладами: музеї, художні галереї, театри тощо.

Заклади культури та мистецтв виступають вагомим складовою туристичної інфраструктури, мають значний вплив на формування туристичної привабливості регіонів України. Екскурсійні послуги, які надаються музеями, є невід’ємною складовою комерційного туристичного продукту.

Проведення фестивалів, виставок та конкурсів, покращення умов функціонування театрів та бібліотек, підвищення ступеню збереження пам’яток національної культурної спадщини сприяють туристичній промоції областей та залученню як іноземних так і вітчизняних туристів та екскурсантів.

Музейні заклади мають значний вплив на виховання підростаючого покоління, розвиток повноцінної особистості, формування національно-патріотичного світогляду, пізнання історично-культурного надбання української нації. Саме тому питання популяризації музейних цінностей, включення їх у мережу туристичних послуг є надзвичайно актуальним.

Створення у музеях розгалуженої сфери послуг для туристів та відвідувачів, відкриття сувенірних магазинів, виставкових галерей, антикварних магазинів сприяє збільшенню кількості грошових витрат туристів, а отже – надходжень у місцеві бюджети.

Мета даного дослідження полягає в аналізі наявних тенденцій розвитку музейних закладів сфери дозвілля та виявленні перспективних напрямків її розвитку у Карпатському туристичному регіоні.