

новий рівень прибутку, через подорожчання євро та долару. Тому доцільно активніше залучати іноземні інвестиції в побудову готельних підприємств приморської території. Така пропозиція є актуальною і вигідною для інвесторів, через те що внутрішній туризм продовжує розвиватись, і влітку 2017 очікується більше туристів, ніж у минулому році [1].

Для подолання негативних факторів в розвитку готельної індустрії, необхідно, розв'язати питання фінансування через розробку механізму позабюджетного фінансування під державні гарантії. Представники іноземного капіталу оцінюють український ринок готельного бізнесу як складний, але перспективний для інвесторів. В Україні земельні ділянки можна купити значно дешевше, ніж закордоном. Крім того, вирішення багатьох юридичних питань є простішим. У цілому прогнозні потоки інвестицій можна вважати оптимістичними, але багато чого залежить від політики держави на ринку. Сучасна політика формування ринку готельних послуг в регіоні має відповідати критеріям економічної результативності, соціальної ефективності та екологічної безпеки.

Таким чином, бачимо, що обсяг роботи, яку треба здійснити для створення достатньої кількості місць номерного фонду на приморській території, є великим і потребує багато часу. Однак, умови, які склалися в зазначених областях, можуть позитивно вплинути на швидкість цього процесу вже в найближчі роки.

1. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: [навчальний посібник] / Школа І.М.; за ред. І.М.Школи. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.

ПРОБЛЕМИ СТАНДАРТИЗАЦІЇ ТА КАТЕГОРИЗАЦІЇ ГОТЕЛІВ УКРАЇНИ

Малько О.В.

Науковий керівник – Гордієнко Т.В., асистент

Беручи до уваги, що споживачі туризму більш інформовані і претензійно відносяться до вибору засобу розміщення, коли справа доходить до якості і кількості туристських послуг, виходить так, що класифікація туристських готелів, а також сертифікація якості готельних послуг, стали необхідними вимогами до ринку туристських послуг.

Класифікація туристських структур являє собою заковану форму синтезу рівня комфорту і спектра послуг, і ґрунтується на репутації, моральному кліматі, а також на наборі стандартів обслуговування. Знак якості є зразком передового досвіду для впровадження та сертифікації якості готельних послуг на добровільній основі в області еко-

номічних операторів з метою підвищення якості послуг, що надаються готельними спілками з метою підвищення задоволеності клієнтів і забезпечення їм, що вони матимуть користь в будь-якому готелі з готельної мережі, оцінених і сертифікованих високим рівнем якості обслуговування, незалежно від категорії класифікації.

Класифікація місць туристського розміщення є також своєрідною закодованою формою, в якій синтезується рівень комфорту і спектр послуг, пов'язаних з конкретною категорією.

Цілями, що беруться до уваги шляхом прийняття офіційної системи класифікації можуть бути: інформація клієнтів, можливість розрізнити структури туристського розміщення, шляхом впровадження диференційованої політики, можливість більш високого податкового навантаження від держави до продукції (готелі вищої категорії), можливість регулювання тарифів, сприяння налагодженню зв'язку, закриття контракту і моніторинг, у відносинах між готелями та туристськими агентствами.

Кожна з країн світу, через культурні та національні традиції, звертається до конкретної системи класифікації, яка перешкоджає застосуванню єдиної системи класифікації в світі.

Система класифікації може бути обов'язковою або добровільною (варіюється від країни до країни), в той час як знак якості завжди є добровільним. Класифікація готелів заснована на зоряній системі, а якісний бренд заснований на присвоєнні символу знака якості.

Послуги з сертифікації якості за знаком якості не мають наміру замінити адміністративну класифікацію або існуючі стандарти, але мають намір доповнити їх, і в довгостроковій перспективі, узгодити різні існуючі категорії і підкатегорії гетерогенного туристського ринку в даний час. З цією метою послуги, що пропонуються для розміщення туристів оцінюються з точки зору клієнта. Таким чином, засоби розміщення туристів повинні не тільки оголосити перелік зручностей і послуг, але і доставити їх до певних стандартів якості.

Щодо готельєрів України, які не раз приписували собі бажані «зірки», аби привернути увагу клієнтів, було введено обов'язкову сертифікацію, про яку після Євро-2012 влада забула. Справа в тому, що в багатьох готелів термін придатності свідоцтва про встановлення категорії минув. Категоризація готелів та інших об'єктів, які надають послуги з тимчасового розміщення, проводиться відповідно до стандартів ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» і ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги».

Відомо, ДСТУ 4269:2003 розроблявся ще в кінці 90-х минулого

століття, і з тих пір в готельній сфері багато що змінилося, так українські стандарти вже застаріли та вимагають модернізації. В цілому будь-який стандарт потрібно переглядати раз на 4 роки. Хоча частина вимог в ДСТУ й відповідає міжнародній практиці, але деякі вимоги або дуже застарілі, або ж не відповідають найкращим практикам і сучасним стандартам індустрії гостинності.

Крім того, деякі вимоги стандарту ДСТУ 4269:2003 готельєри не здатні виконати навіть при всьому бажанні. Наприклад, респектабельні готелі категорій 4-5* в центрі столиці через фізичний брак площ не завжди можуть дозволити собі автостоянку (25% від кількості номерів) і басейн, які вимагає від них ДСТУ. Дивною та недоречною виглядає вимога наявності радіоприймача або можливості прийому радіопрограм в усіх номерах готелів категорій 1-5*.

Однак модернізація стандартів повинна виходити з принципу формування якісної пропозиції на ринку і створення умов для справедливої конкуренції. Зайва оптимізація і спрощення вимог до категорій готелів може призвести до ситуації, в якій готель здатен отримати вищу категорію, ніж та, на яку об'єктивно може претендувати, при цьому встановлювати ціни на рівні готелів нижчої категорії, в результаті будуть страждати споживач і імідж країни.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ СУЧАСНИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В М. МЕЛІТОПОЛЬ

Бондарчук Г.К.

Науковий керівник – Полчанінова І.Л., канд. екон. наук, доцент

Сучасні культурні практики позначили досить широкі межі творчого підходу до формування простору і створення внутрішнього середовища ресторанних закладів з урахуванням і на основі художньо мотивованих критеріїв. Очевидно, що «фоновий» інтер'єр, позбавлений образності і драматургії, вже нецікавий ні замовнику, ні відвідувачеві, ні, тим більше, архітектору-дизайнеру. Розпещений різноманітними дизайнерськими знахідками в цій області, відвідувач сьогодні йде «на інтер'єр» з тим же ентузіазмом, що «на кухаря і його кухню». При цьому він критичний, «включений в процес», має вибір і на цій підставі формує власну думку [1].

Мета дослідження – виявлення типологічних особливостей формування сучасного ресторанного інтер'єру.

Актуальність теми пов'язана: по-перше, з власне культурною ситуацією – соціальною потребою в появі різнопланових ресторанних