

5. Kelly G. A. The psychology of personal constructs. V. 1.: A theory of personality. - N.Y. - 1955. - P.81.
6. Neulinger D. The psychology of leisure. - Springfield. - 1974. - P.37.
7. <http://tourism.gov.ua/> - Державна служба туризму і курортів.

*Отримано 18.04.2008*

УДК 640.41

О.Ю.ДАВИДОВА, А.І.УСІНА, кандидати техн. наук  
*Харківський державний університет харчування та торгівлі*  
І.В.СЕГЕДА  
*Харківська національна академія міського господарства*

### **ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС ЯК ОДИН З НАЙПЕРСПЕКТИВНІШИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

Наведено сучасний стан та перспективи розвитку послуг розміщення, як визначального фактора туристської індустрії. Досліджено основні компоненти готельного продукту.

Туризм – це сфера соціально-економічного комплексу, яка в багатьох країнах перетворилась в високо розвинуту індустрію.

Готельний сервіс містить у собі цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Туристичні послуги, зокрема й у рамках готельного обслуговування, віднесені до соціально-культурних послуг і будуються на принципах сучасної гостинності та якісного надання послуг.

Тому серед проблем, які висуюються туристською індустрією, найбільш важливою є проблема обслуговування туристів.

Людству протягом усієї багатовікової історії було притаманно прагнення до подорожей з метою розвитку торгівлі, завоювання та освоєння нових земель, знаходження ресурсів тощо. Мандрування – термін, який характеризує переміщення людей незалежно від його цілі. Різновидом мандрів є туризм.

Туризм – це явище відносно молоде, яке стало масовим лише після Другої світової війни. Він стає потребою для більшості населення високорозвинених країн. І вже сьогодні туризм належить до найпотужніших і найдинамічніших галузей економіки більшості країн світу [1].

В системі туризму тісно переплетені інтереси економіки і культури, безпеки і міжнародних відносин, екології і зайнятості населення, готельного бізнесу і транспортних організацій. Розвиток туризму має велике значення як для держави в цілому, так і для окремої особи зокрема.

Стійкий розвиток туризму можливий за умов дотримання ряду вимог, важливими з яких є високий рівень професійної підготовки і надання якісних туристських послуг не тільки населенню своєї держави, але і іноземному.

Теоретики вітчизняного та сучасного туризму В.О.Квартальнов, М.І.Кабушкин, О.Д.Чудновський, С.І.Байлик [2-5] та ін. розглядають туризм як вид діяльності, аналізують різні аспекти організації туризму та пропонують шляхи подальшого розвитку туризму в кожній країні окремо та у світі в цілому, а також відокремлюють послуги розміщення на перше місце від інших основних і додаткових послуг індустрії туризму.

Тому послугам розміщення необхідно приділяти особливої уваги в туризмі. Вони розрізняються залежно від категорії споживачів та від цілі мандрування.

Українці мандрують з різними цілями: по роботі, заради відпочинку, прийняти участь у конференції або побачити унікальний об'єкт природи тощо. Незалежно від причин робітники самих різних професій задовольняють різні запити та побажання людей, які опинилися поза домом.

Задоволення потреб туристів щодо розміщення, харчування, транспорту, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо забезпечують туристські послуги.

Надання туристських послуг туристам у тому чи іншому регіоні організують різні підприємства. Одні з них пропонують споживачам виключно туристські послуги, для інших – туризм є тільки одним із напрямів їх комерційної діяльності.

Формування, просування і реалізація комплексу туристських послуг, з'єднаних єдиним цільовим призначенням, забезпечується туристськими підприємствами (туристськими операторами і туристськими агентами). Їх діяльність служить виключно туризму і складає основу його існування. Туристські підприємства в процесі свого функціонування взаємодіють з виробниками туристських послуг (готелями, транспортними організаціями, підприємствами ресторанного господарства і т. ін.), для яких надання послуг туристам є, в більшості випадків, тільки одним з напрямів їх комерційної діяльності. Надання послуг туристам виконують також підприємства, що обслуговують все населення туристського регіону (підприємства торгівлі, зв'язку, побутового і медичного обслуговування, культурно-просвітницькі установи тощо).

Сукупність підприємств матеріального виробництва і невиробничої сфери, що забезпечує виробництво, розподіл, обмін і споживання туристських послуг, освоєння і експлуатацію туристських ресурсів, а також створення матеріально-технічної бази туризму, отримала назву туристська індустрія [5].

Сучасна індустрія туризму – одна з найприбутковіших галузей світового господарства. Частка туризму становить близько 10% світового валового національного продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 11% світових споживчих витрат, 5% усіх податкових надходжень і третину світової торгівлі послугами. Так, обсяг послуг, наданих суб'єктами туристської діяльності в Україні рахується в мільярдах гривень: 2005 р. – 4,47, 2006 р. – 4,9, 2007 р. – 5,2 млрд. грн.

У процес надання туристських послуг залучені також державні і суспільні організаційно-правові структури, які регулюють та координують розвиток туризму в регіоні, забезпечуючи умови (інфраструктуру, інформацію, безпеку, свободу переміщення, доступність і збереження туристських об'єктів, формування туристського іміджу регіону і т. ін.) ефективного функціонування системи туризму.

Розміщення займає центральне місце в комплексі послуг, що надаються туристам під час подорожі, і є невід'ємною частиною кожного туру.

Тур – туристська подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристських послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо) [1].

Засоби розміщення, під якими розуміють будь-який об'єкт, який регулярно або епізодично надає місця для ночівлі, складають основу туристської індустрії. Будівництво нових засобів розміщення істотно підвищує привабливість туристського напрямку, збільшує потік туристів. Високий сервіс надання послуг з розміщення визначає також такі психологічні аспекти туризму, як задоволеність подорожжю і висока оцінка організації перебування туристів у тій або іншій країні.

В різноманітті засобів розміщення особливе місце належить готельній індустрії.

Готельна індустрія як вид економічної діяльності включає надання готельних послуг і організацію короткострокового мешкання приїжджих.

Для готелів характерні наступні ознаки:

- наявність номерів;
- надання обов'язкових (прибирання номера, санвузла, заправка ліжка кожен день) і додаткових (послуги пральні, хімчистки, перукар-

- ської, оренда та прокат автомобілів, виклик таксі та ін.) послуг;
- угруповання готелів згідно вимог національних стандартів на класи і категорії.

Готелі розглядаються як головний, класичний тип підприємства розміщення, який має наступні властивості:

- 1) номерний фонд;
- 2) набір обов'язкових послуг;
- 3) визначений асортимент додаткових послуг.

Готелі класифікуються за категоріями на основі комплексу вимог до:

- матеріально-технічного забезпечення;
- номенклатури та якості наданих послуг;
- рівня обслуговування.

Категорія визначається спеціальним символом „\*” (зірка). Кількість зірок збільшується відповідно до підвищення рівня якості обслуговування. Готелі класифікують за п'ятьма категоріями, мотелі – чотири. Найвищу категорію визначають «п'ять зірок», нижчу «одна зірка». Так, в Україні станом на кінець 2007 р. нараховується наступна кількість готелів: п'ять п'ятизіркових (дві у Дніпропетровську, по одній у Києві, Одесі та Донецьку), 29 чотиризіркових (дев'ять в Одеській області, шість – у Київській, по чотири у Дніпропетровській та Львівській областях, три – в Криму, по одній в Донецькій, Закарпатській та Полтавській областях), 74 тризіркових, 43 двозіркових, 41 однозіркових і 872 готелі без категорії [6].

В Україні протягом 2002-2006 рр. спостерігається зменшення кількості готелів, лише у 2007 р. кількість готелів незначно збільшується (лише на 24 готелі) (рис.1). Зміст послуги розміщення полягає в тому, що в користування надаються спеціальні приміщення (готельні номери) та послуги, які виконує персонал готелю.

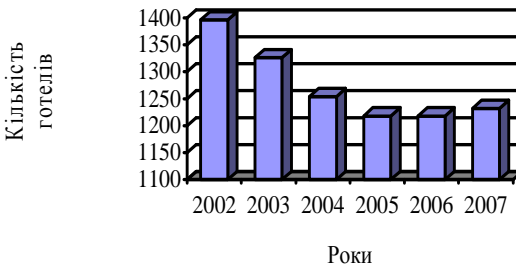


Рис.1 – Динаміка кількості готелів в Україні

У готельному підприємстві послуги розміщення, ресторанного господарства та інші послуги доповнюють одна одну, у більшості випадків є взаємозалежними і сприймаються споживачем як єдине ціле. З урахуванням того, як вони оформлені та скомбіновані в єдиний комплекс, складається певний тип підприємства.

В практиці управління широко використовується термін „готельний продукт” (або продукт „готель”), що дозволяє підкреслити комплексний характер готельної пропозиції (рис.2).

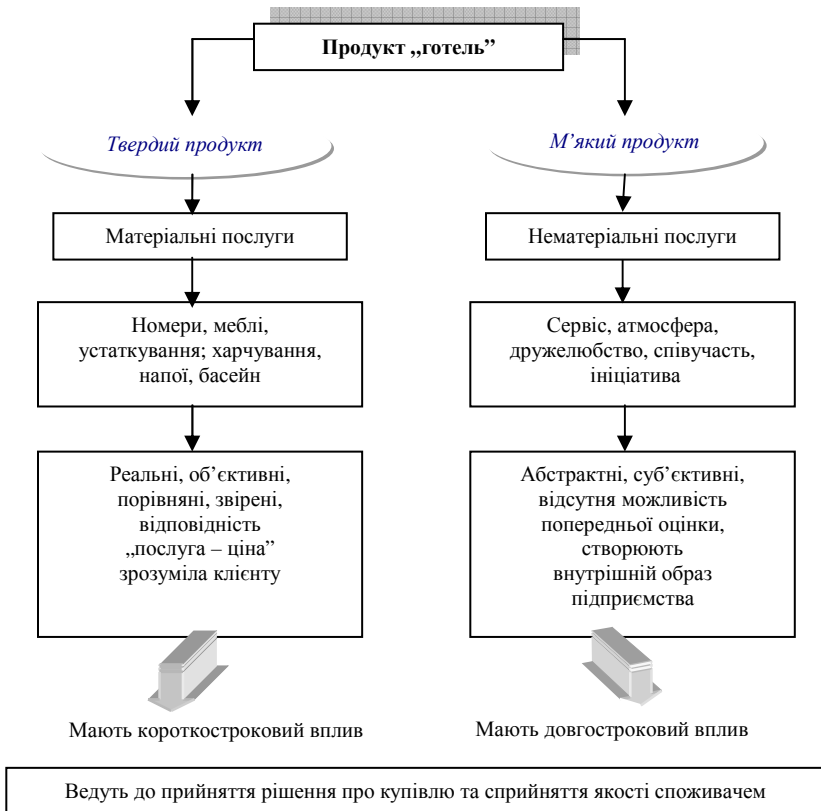


Рис.2 – Готельний продукт

Такий підхід визначає продукт як результат праці людей, господарської діяльності, що представляється у двох формах: матеріально-речовинній та інформаційній.

Таким чином, послуги розміщення в туризмі є головними для будь-якого контингенту споживачів. При цьому основними тенденціями розвитку готельної індустрії є:

- надання робочих місць;
- вдосконалення системи безпеки;
- розширення технологій, які використовуються;
- розширення сфери додаткових послуг;
- збільшення кількості готельних комплексів;
- озеленення готельних комплексів і номерів;
- впровадження системи навчання персоналу.

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР.

2. Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.

3. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. – К.: ВИРА-Р, 2002. – 252 с.

4. Организация туризма. / Под общ. ред. Н.И. Кабушкина и др. – Минск: Новое знание, 2003. – 632 с.

5. Туризм и гостиничное хозяйство / Под ред. проф., д.э.н. А.Д. Чудновского. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Изд-во «ЭКОС», 2001. – 400 с.

6. В Украине гостиницы посчитали по звездам // <http://www.pravda.com.ua>.

*Отримано 12.05.2008*

УДК 339.138

Н.М.ВЛАЩЕНКО

*Харківська національна академія міського господарства*

## **ПРОГРАМНИЙ ПІДХІД І ЗАВДАННЯ ФІНАНСУВАННЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ КРИМУ**

Аналізуються обсяги і джерела фінансування санаторно-курортного комплексу Криму з цільових програм розвитку регіону, а також пріоритетні напрямки фінансування. Наведено концептуальні положення побудови організаційно-економічної моделі управління розвитком курортного комплексу.

В умовах ринкової економіки загострюються проблеми організаційно-економічної трансформації інфраструктури курортного регіону й виведення її на рівень, здатний забезпечити санаторно-курортному секторові стабільний розвиток і ефективне функціонування. У цій проблематиці на особливу увагу заслуговує інституційний механізм фінансової підтримки курортів, а отже його дослідження є своєчасним і актуальним.

У науковій літературі проблема фінансування санаторно-курортної сфери відображена в роботах Р.Аметова, О.Бикова, Л.Кветенадзе, Н.Вельгоша, П.Гудзя [1-4] та ін. Але незважаючи на детальну розробку питань економічної підтримки курортних регіонів у роботах