

В.А.Смолія. - К.: Вища школа, 2002.-195 с.

9. ЦДАВО України – Ф.4672, оп.1. спр. 3.

10. Там же: спр. 30.

11. Там же: спр. 29.

12. ЦДАГО України. - Ф. 1, оп. 24, спр. 6380.

13. Дворниченко В. В. Развитие туризма в СССР и его роль в системе советского образа жизни (1917-1977) : Автореф. дис. ... канд. ист. наук : 07.00.02. — М., 1980. - 22 с.

14. ЦДАВО України – Ф.4672, оп.1. спр.271.

15. Там же: спр. 407.

16. Там же: спр. 485.

17. Там же: спр. 524.

18. Там же: спр. 604.

19. ЦДАГО України. - Ф.1, оп.25, спр. 3026.

20. Там же: спр.3026.

УДК: 911.3:379.85

Новосад Н.О.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

Розглянуто тенденції розвитку готельної інфраструктури (світовий, європейський, національний вимір) в'їзного туризму, проаналізовано розміщення в'їзних туристів в Україні.

Рассмотрены тенденции развития гостиничной инфраструктуры (мировой, европейский, национальный уровень) въездного туризма, проанализировано размещение въездных туристов в Украине.

Progress of hotel infrastructure (world, European, national level) of entrance tourism trends are considered, placing of entrance tourists is analysed in Ukraine.

Постановка проблеми. Готельне господарство – важлива складова інфраструктури в'їзного туризму України. Його ефективне функціонування є індикатором позитивних змін в економіці держави, важливою передумовою інтенсифікації міжнародних зв'язків та інтеграції країни у європейські та світові туристські структури.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Детальна структура туристичних ресурсів, географія рекреаційно-туристських потоків достатньо глибоко проаналізовані як в географічній літературі, так і в працях, присвячених організації та економіці туризму (роботи Бедика О.О., Любіцевої О.О., Ткаченко Т.І, Нечаюк Л.І., Байліка С.І., Сокол Т.Г., Мальської М.П.), тому, в даній публікації, основна увага зосереджена на особливостях розміщення в'їзних туристів в Україні [1-7].

Мета статті полягає в аналізі розміщення в'їзних туристів на території України та висвітленні основних проблем розвитку готельної інфраструктури для потреб в'їзного туризму.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день розміщення в'їзних туристів на території України має наступні сегменти: розміщення туристів в готелях (62%), санаторіях та пансіонатах (20%), будинках

відпочинку (12%), турбазах (4%), мотелях (1%) (рис.1). Слід зазначити, що сегментація туроднів, проведених в місцях розміщення в'їзних туристів відрізняється від загальної сегментації розміщення (рис.2).

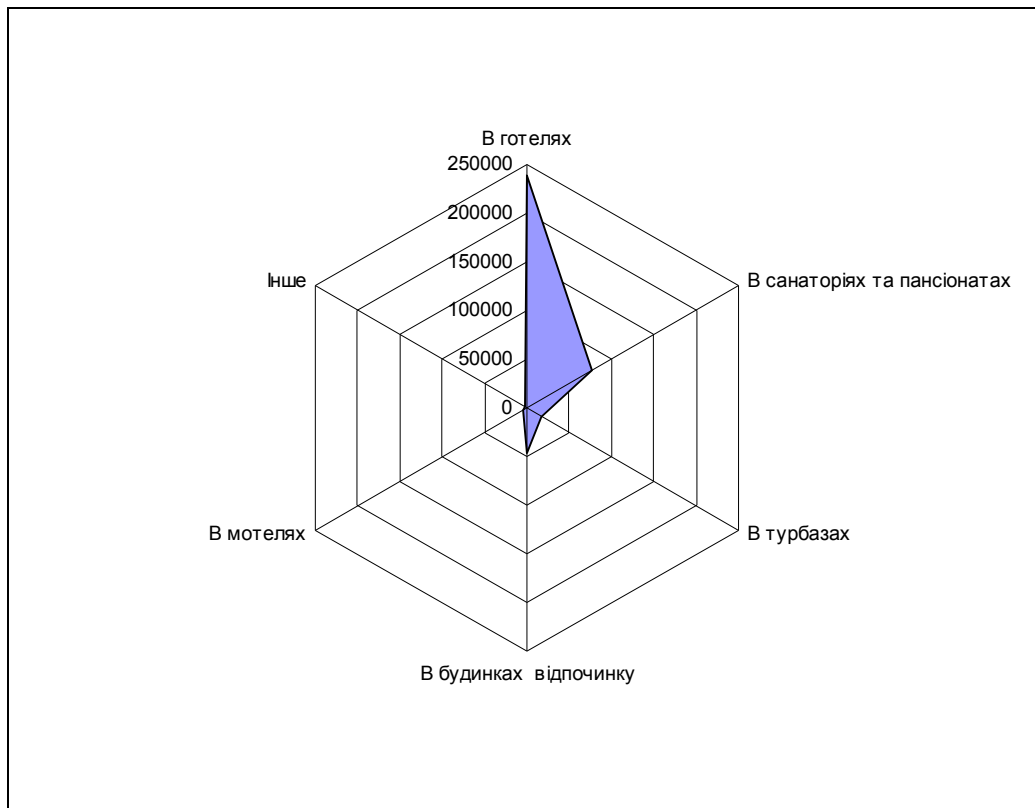


Рис. 1. Розміщення в'їзних туристів за засобами розміщення

Кількість туроднів, наданих в'їзним туристам в залежності від засобу розміщення розподіляється так: 37% припадає на долю туристів, що розміщуються в санаторіях та пансіонатах, 31% припадає на долю туристів що розміщуються в готелях, 18% - в будинках відпочинку, 11% - в турбазах, 2% - в готелях та ін. (рис. 3).

Аналіз динаміки кількості організованих в'їзних туристів показав, що в період 2003-2007 рр. кількість цього сегменту ринку постійно зменшувалась. І лише у 2007 і 2008 рр. відбулося незначне збільшення туристичного потоку.

Порівнюючи ці дані з даними Держприкордонслужби України, за якими, починаючи з 2000 р., кількість в'їзних туристів кожного року збільшувалась майже на 20%, слід відмітити, що з кожним роком зростає кількість туристів-індивідуалів, які прибувають до України з приватною метою, а також з метою дозвілля та відпочинку, приватних або службових поїздок та ін. Це пов'язано з загальними світовими тенденціями людства до самоорганізації своєї подорожі.

В економічно розвинутих країнах останніми роками подорожуюча людина має можливість самостійно за допомогою сучасних технологій забезпечити себе всіма необхідними для подорожі речами, а саме: самостійно забронювати квиток на літак, проживання в готелі, оренду

автомобіля в країні відвідування, придбання квитків на розважальні заходи, що відбуваються в країні, до якої подорожує турист. Ці складові успішної подорожі турист здатен забезпечити власноручно, не звертаючись за допомогою до туристичних компаній (розрахунок також робиться on-line завдяки банківським карткам), що значно спрощує організацію власного туру за будь-якої мети – службової, приватної, дозвілля або будь-якої іншої.

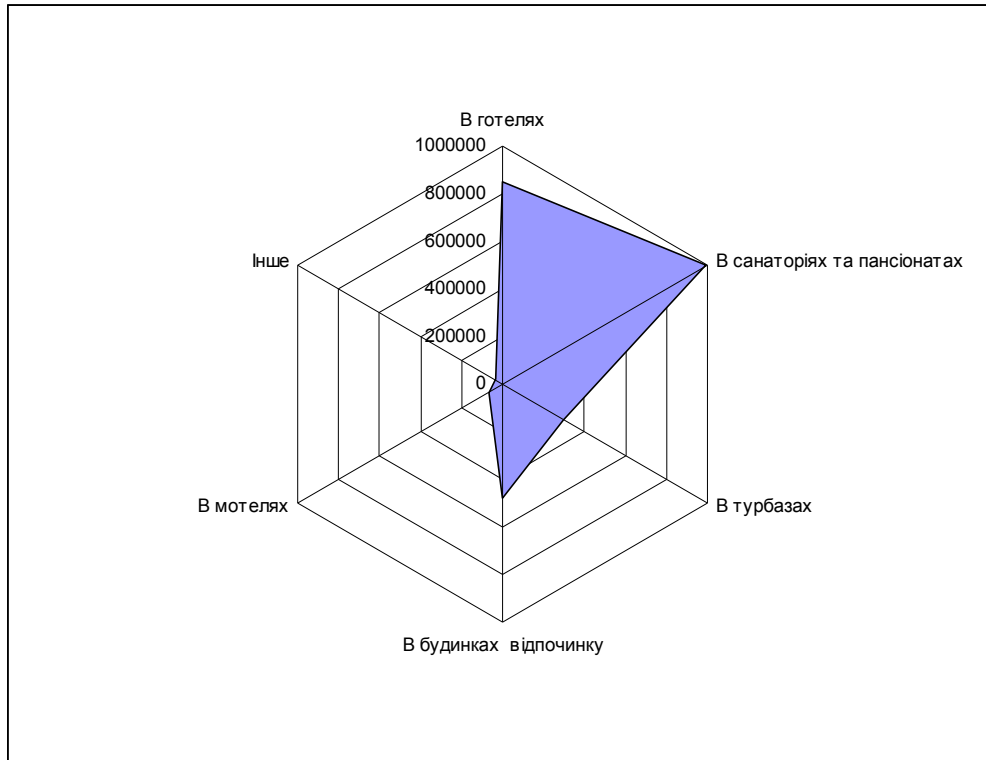


Рис. 2. Кількість туроднів в'їзних туристів за засобами розміщення

Варто зазначити, що існуючі 830 готелів України практично недоступні для іноземців як інформаційно, так і фінансово. Більшість іноземців звикли бронювати готелі за допомогою internet, та кредитних карток. Якщо вийти на web-сторінку найбільшої світової системи бронювання готелів та вибрати країну перебування «Україна», то виявиться, що на всю Україну для бронювання пропонується лише 65 готелів, в тому числі в Києві - 28 готелів, в Львові - 14, в Ялті - 1. Крім того, ціни запропоновані готелями викликають здивування у більшості іноземців високою ціною та відсутністю асортиментної лінійки готельних цін різних рівнів. Відсутня в Україні також достатня кількість готелів відомих світових готельних брендів як VIP-рівня (Hilton, Le Meridian, Kempinski та ін.), так і бюджетних готельних мереж (Ibis, Holiday Inn та ін.). В той же час, в інших європейських столицях є можливість бронювати значно більшу кількість варіантів – в Парижі 1184 готеля, Римі - 922, в Кракові - 335. В кожній з цих столиць можна підібрати готель від бюджетного до VIP-рівня. Це свідчить про технічну відсталість системи

продаж готельної мережі України, яка в усьому світі вже не уявляється без власних сайтів готелів, з обов'язковою системою on-line бронювання та on-line розрахунку за допомогою кредитних карток. Ціни при такому великому асортименті достатньо різноманітні, тому можуть задовольнити всі шари подорожуючого населення.

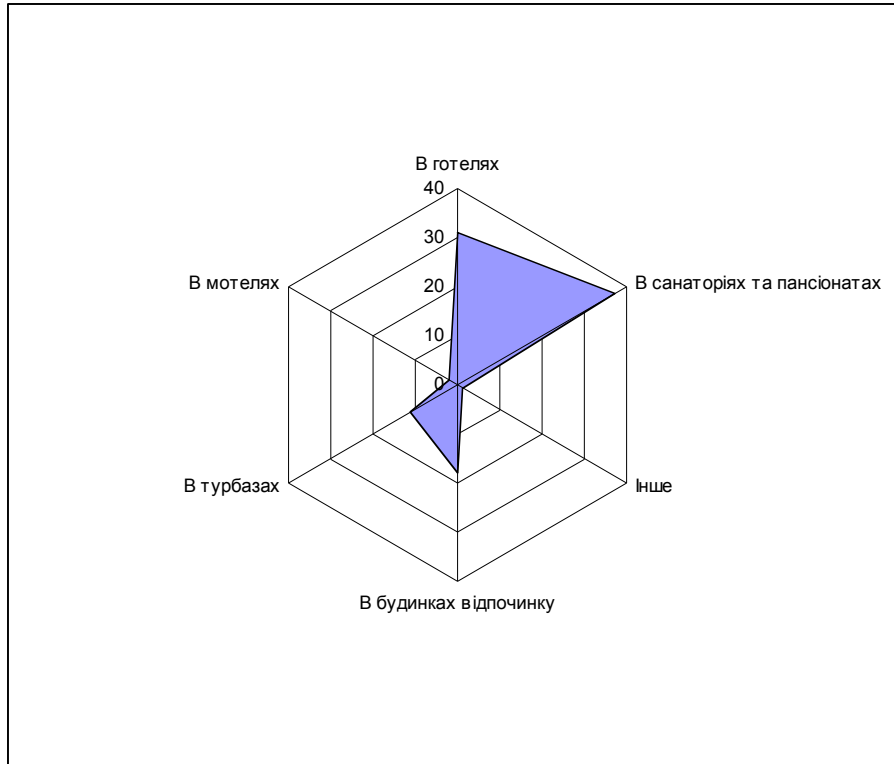


Рис.3. Кількість туроднів, наданих в'їзним туристам в залежності від засобу розміщення

Висновки. Аналіз особливостей розміщення в'їзних туристів на території України показав наступне:

- ✓ кількість організованих в'їзних туристів в період 2003-2007 рр. постійно зменшувалась;
- ✓ з кожним роком зростає кількість туристів-індивідуалів, які прибувають до України з приватною метою;
- ✓ імперативом розвитку готельного господарства є сучасне обладнання та інформаційні технології, які забезпечують можливість on-line бронювання та on-line розрахунку за допомогою кредитних карток та адаптації до світових систем споживчого бронювання таких як Booking та ін.;
- ✓ сучасна готельна мережа України має технічно відсталу систему продаж, тому одним із чинників її модернізації є впровадження системи електронних продаж та обов'язкове використання процесінгових центрів в системі розрахунків, створення сприятливих умов для готельних інвесторів.

пособие. -К.: ВИРА-Р, 2002.

2. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: проблемы перспективы, сертификация. - К.: ВИРА-Р, 2001.

3. Бейдик О.О. Стратегія розвитку національного туризму. – К.: Альтерпрес, 2009.

4. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України. – К.: Альтерпрес, 2010.

5. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг К.: Альтерпрес, 2002.

6. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006.

7. Мальська М.П. "Туристичний бізнес. Теорія та практика. Навчальний посібник". - К.: ЦУЛ, 2007.

8. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. Підручник. – К.: Альтерпрес, 2009. – 447 с.

9. Веб-сторінка Державної служби туризму і курортів України - <http://www.tourism.gov.ua/>

10. Веб-сторінка Державного комітету статистики України -<http://www.ukrstat.gov.ua/>

11. Веб-сторінка світової системи бронювання -<http://www.booking.com/>

УДК 911.3

РедькоТ.В.

ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕРИТОРІАЛЬНА ПРОЕКЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Стаття розглядає роль інформаційного чинника у механізмі туристської мотивації. Автор розкриває сутність інформації як одного з видів рекреаційно-туристських ресурсів та середовища туристичної діяльності. Досліджується вплив інформаційно-територіальної проекції на формування уявлень про туристичну привабливість регіонів України.

Статья рассматривает роль информационного фактора в механизме туристической мотивации. Автор раскрывает сущность информации как одного из видов рекреационно-туристских ресурсов и среды туристической деятельности. Исследуется влияние информационно-территориальной проекции на формирование представлений о туристической аттракции регионов Украины.

The article examines the role of information factor in mechanism of tourist motivation. The author reveals the essence of information as a form of tourist-recreational resources and tourist activity environment. Also it is studied the impact of information - territorial projection on the formation of imagery about the tourist attractiveness of regions of Ukraine

Постановка проблеми. Туристична галузь є однією з найперспективніших сфер господарської діяльності України. Інформатизація суспільного життя вимагає дослідження туристичної діяльності саме у цьому контексті. Одним з бар'єрів на шляху до прогресивного розвитку туризму України - є недостатнє інформаційне висвітлення туристичного потенціалу її регіонів, а також стереотипні уявлення щодо нього. Таким чином, дослідження мотиваційних чинників туристського попиту, а особливо її інформаційного аспекту набуває дедалі актуальнішого значення.

Аналіз джерел та публікацій. Проблемі інформаційного висвітлення України приділяли уваги багато вчених, серед яких Б.Патон, М.Ожеван, В. Горбулін, О.Бойко. Окремі аспекти впливу ЗМІ на громадську думку,