

	3.1.5. Установлення ціни продукту 3.1.6. Прогноз обсягів продажу 3.1.7. Визначення основних напрямків маркетингової політики	фінансові потоки 3.2.3. Оформлення договорів та угод 3.2.4. Ведення бази даних з корпоративних клієнтів – покупців продукту 3.2.5. Відслідковування статистики продажу	3.3.5. Аналіз уподобань споживачів продукту
Вузол № 4 (Планово-економічний відділ – аналітичний центр)	4.1.1. Визначення собівартості пакету послуг. 4.1.2. Планування обсягів дохідності фінансового потоку 4.1.3. Планування потреб трудових та фінансових ресурсів до розробки та реалізації продукту 4.1.4. Оцінка можливих ризиків	4.2.1. Організація фінансового обліку за параметрами продукту	4.3.1. Відслідковування відхилень планових показників собівартості, доходу, рівнів ризику тощо. 4.3.2. Підготовка рекомендацій для відділу продаж за особливостями роботи з продуктом на підставі отриманих даних

1.Іванов В.В., Волов А.Б. Логистические аспекты управления ресурсопотоками гостиничного предприятия // Пять звёзд.-2000.-№6.-С. 10-14. 2.Іванов В.В., Волов А.Б. Формирование системы управления гостиничным предприятием // Пять звёзд.-2001.-№12.-С. 12-15. 3.Іванов В.В., Волов А.Б. Оптимизируем систему // Отель.-2005.-№3.-С. 7-10. 4.Іванов В.В. Логистические аспекты управления ресурсопотоками гостиничного предприятия // Индустрия гостеприимства.-2005.-№ 9,10.-С. 17-21. 5.Саак А.Э., Якименко Н.В. Менеджмент в идустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): Уч. пос. – Спб.: Питер, 2007.-С. 129. 6.Мунін Г.Б., Змійов А.О., Зінов'єв Г.О., Самарцев Є.В., Гаца О.О., Максимець К.П., Роглев Х.Й. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. пос. / За ред. С.І. Дорогунцова.-К.: Ліра-К, 2005.-С. 311. 7.Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навч. пос.-К.: Кондор, 2005.-С. 355. 8.Смирнов І.Г. Логістика: просторово-територіальний вимір.-К.: Обрії, 2004.-С. 198. 9.Смирнов І.Г. Логістика ресурсної бази туризму як основа його сталого розвитку (на прикладі Бердичівщини) // Наук. Зб. «Велика Волинь». Вип. 37. Том II.-Житомир: М. Косенко, 2007.-С. 259-268.

УДК 911.3(075.8)

Новикова В. І., ст. викл.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ГОТЕЛЬНЕ ГОСПОДАРСТВО ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТСЬКОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Готельні підприємства характеризуються у контексті туристського обслуговування, показана їх специфіка як важливої складової інфраструктури туризму. Узагальнені підходи до класифікації готелів, зроблений екскурс в історію категоризації готелів в Україні та світі. Виявлені проблеми розвитку вітчизняного готельного господарства. Висвітлені сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності у світі.

Hotel enterprises are characterized in the context of tourist service, their peculiarity as an important component of infrastructure of tourism is shown. The approaches to the hotel classification are generalized; the excursus in the history of scoring hotels in Ukraine and all over the world is made. The problems of the development of native hotel economy are shown. Current tendencies of the development of hospitable industry in the world are introduced.

Стан питання та актуальність дослідження. Для будь-якої держави необхідно мати належний рівень розвитку готельного господарства, адже він сприяє поглибленню усіх суспільно-економічних контактів та зв'язків, посилює економічний потенціал регіонів, піднімає рейтинг держави, окремих її міст у світовому співтоваристві і навпаки нестача готелів гальмує всі ці процеси.

Проблемам розвитку сфери гостинності в Україні та світі присвячено чимало публікацій, кожна з яких робить свій внесок в удосконалення функціонування готельного господарства.

Об'єктом дослідження виступає готелі та їх види, що розглядаються як складова туристської інфраструктури.

Мета роботи – показати місце готельних підприємств у структурі туристського обслуговування, узагальнити підходи до класифікації готелів, зробити екскурс в історію категоризації готелів в Україні та світі, виявити проблеми розвитку вітчизняного готельного господарства, висвітлити сучасні світові тенденції розвитку індустрії гостинності.

Виклад основного матеріалу. При здійсненні рекреаційної діяльності² туристами споживаються такі види рекреаційних ресурсів (вужче – туристських ресурсів), які відповідають меті подорожі. Туристські ресурси виступають тим чинником (осовою, «збудником»), заради якого туристи подорожують. Але здійснювати туристську діяльність, як і будь-яку іншу, неможливо без інфраструктурного забезпечення. Під інфраструктурою у даному разі розуміємо сукупність споруд, будівель, систем і служб, необхідних для функціонування галузей матеріального виробництва та забезпечення умов життєдіяльності суспільства.

До туристської інфраструктури відносяться будь-які засоби, заклади, споруди, мережі та інші елементи матеріально-технічної бази туризму. Але наявність (і навіть якість) туристської інфраструктури ніколи не виступатиме чинником, який генерує у туристів потребу подорожувати, адже це функція туристських ресурсів, а інфраструктура лише допомагає здійснювати туристську діяльність, виконуючи переважно життєзабезпечуючі функції організації туризму (зокрема, розміщення, харчування, перевезення).

Туристи подорожують не заради того, щоб пожити у готелі, похарчуватися в ресторані, проїхатися в автобусі, скористатися послугами підйомника у горах тощо. Вони виїжджають в іншу місцевість (або країну)

² Ми виходимо із сформованої у вітчизняній літературі позиції, при якій рекреація включає в себе три форми проведення вільного часу – туризм, курортно-профілактичне лікування та оздоровлення, відпочинок, і вважаємо туризм хоча і найбільшою та найвагомішою, але складовою рекреації [5].

зادля того, щоб щось цікаве побачити та почути, вклонитися святиням, оздоровитися, відчути насолоду від споглядання якихось речей, здійснення певних дій та ін. І для того, щоб все це робити вони змушені десь проживати та харчуватися, якимось чином переміщатися.

Але існують випадки, коли туристська інфраструктура перетворюється на туристський ресурс. Наприклад, льодяний готель Alta Igloo в Норвегії, який вже десятий раз у зимовий час створюється із льоду і снігу поблизу м. Альта (губернія Фіннмарк) та приваблює туристів своєю оригінальністю. У гастрономічних або винних турах ресторани, бари, дегустаційні зали виступають основними об'єктами туризму. Всесвітньовідомий поїзд «Східний експрес» є не засобом пересування, а головною метою подорожі.

Якщо туристську інфраструктуру розглядати в традиційному розумінні, то основними її складовими виступають засоби розміщення (перш за все, готелі) та заклади харчування. Саме ці підприємства забезпечують послуги гостинності.

Готелі відрізняються від інших засобів розміщення тим, що:

- складаються із номерів, кількість яких перевищує певний мінімум (в Україні він складає 7 номерів);
- мають єдине керівництво;
- надають різноманітні готельні послуги, перелік яких не обмежується щоденним прибиранням номеру;
- не входять до категорії спеціалізованих закладів.

Готелі можуть розрізнятися за багатьма параметрами, основними з яких виступають наступні (табл. 1).

Таблиця 1. Класифікація готелів (складено за [1, 2] та ін.)

Класифікаційні ознаки готелів	Групи готелів
особливості управління	• відокремлені підприємства • готельні ланцюги
місце розташування	• розташовані у місті: – у центрі міста – близько до центру – у центрі житлових районів і мікрорайонів – на «порозі» (околицях) міста – за межами міста • розташовані на морському узбережжі • розміщені у горах
тривалість і режим роботи	• цілорічної дії • діють два сезони • діють один сезон
тривалість перебування гостей та умови використання	• кондомініум (спільне володіння нерухомістю) • таймшер (володіння нерухомістю у курортних місцях на правах кондомініуму з можливістю користуватися нею протягом ряду років, але лише декілька днів, тижнів на рік) • для тривалого проживання (готелі квартирного типу) • для короткочасного перебування

	• для проведення конференцій
рівень цін на номери	• бюджетні (\$ 25–35) • економічні (\$ 35–55) • середні (\$ 55–95) • першокласні (\$ 95–195) • апартаментні (\$ 65–125) • фешенебельні (\$ 125–425)
режим харчування	• повний пансіон (триразове харчування) • тільки сніданок
забезпечення харчуванням	• сніданок у номерах або спеціальних приміщеннях • харчування у ресторані • харчування у ресторані, барі або кафе • харчування у ресторанах європейської та національної кухонь, барах, цілодобовий сервіс на поверхах
місткість номерного фонду	• малі – до 150 місць (не більше 100 номерів); • середні – 150–400 місць (до 300 номерів); • великі – понад 400 місць (більше 300 номерів)
функціональне призначення	• транзитні; • цільові: – ділового призначення; – для відпочинку: • курортні (бальнеологічні, кліматологічні, грязелікувальні) • туристські (у тому числі спеціалізовані: ботелі, флотелі, лотелі, флайтелі та ін.)

Важливим показником класифікації готелів є рівень комфорту. Проблеми розробки та введення єдиної міжнародної класифікації готелів належать до найбільш складних у туристській галузі. Розроблений 1972 р. проект такої класифікації не був схвалений національними членами Міжнародної готельної асоціації. Більшість країн визнали неможливість створення єдиної міжнародної системи класифікації готелів через неоднозначність підходів до оцінки якості обслуговування, несхожість кліматичних та інших умов.

Сьогодні в світі діють близько тридцяти різних національних систем класифікації готелів (система зірок від 1 до 5; система літер – А, В, С, D; система «корон» або «ключів», «діамантів» тощо). За даними Міжнародної готельної асоціації, зараз офіційна система класифікації готелів прийнята тільки у 64 країнах світу, в 11 країнах вона знаходиться у стадії розробки, у 58 – готелі не мають єдиної класифікації. До останніх відносяться і такі країни масового туризму, як США, Великобританія, Японія.

Однак, попри всю різноманітність підходів до системи класифікації готелів сьогодні їх можна об'єднати у дві основні групи: «європейський тип», в основу якого покладено французьку національну систему, та бальну оцінку, що ґрунтується на індійській національній системі.

У Франції існують готелі п'яти категорій: «1 зірка», «2 зірки», «3 зірки», «4 зірки» та «4 зірки – Люкс» (їх прийнято на практиці називати «5 зірок»). Основними критеріями категоризації готелів є: обладнання та площа номерів, елементи комфорту, різноманітність додаткових послуг, що

надаються. Розмір готелю практично не впливає на його класність. Головним критерієм оцінки категорії готелів за французькою класифікацією є комфортність і набір послуг.

Індійська система класифікації також має 5 категорій. Вимоги до готелів оцінюються в балах, при цьому кожному пункту встановлюється можлива максимальна оцінка. Комісія може на свій розсуд дати до 15 балів за будь-які, не передбачені кваліфікаційними вимогами, додаткові послуги. Для отримання відповідної категорії необхідно набрати встановлену для даного класу мінімальну суму балів, до того ж їх кількість по кожному пункту повинна складати не менше 50% максимальної оцінки. Для присвоєння певної категорії треба така кількість балів: «1 зірка» – 100 балів, «2 зірки» – 150 балів, «3 зірки» – 210 балів, «4 зірки» – 260 балів, «5 зірок» – 290 балів [1, 2].

В Україні, як і в інших колишніх республіках СРСР, діяло «Положення про віднесення готелів до розрядів, а номерів до категорій», яке разом із Прейскурантом № К-05 на послуги готелів видавалося двічі у 1979 і 1984 роках. За цим Положенням, залежно від рівня комфорту номерів, комунального благоустрою, розвитку служб обслуговування (громадського харчування, служби побуту, торгівлі, зв'язку), розмірів і видів громадських приміщень готелі поділялися на сім розрядів: «Люкс», «Вищий А», «Вищий Б» (для іноземних гостей), I, II, III, IV (для вітчизняних гостей) [2].

У 1994 р. Держкомітетом України по туризму було видано «Положення про державну атестацію та перереєстрацію готелів, мотелів, кемпінгів, туристських баз і комплексів, а також підприємств громадського харчування України, які приймають і обслуговують туристів». В основу цього Положення покладена європейська система класифікації за зірками, якій відповідає певний рівень матеріально-технічної бази, рівень обслуговування тощо. Найвища категорія визначається у «5*****», найнижча – «1*». Зараз у вітчизняному готельному господарстві діє національний стандарт ГОСТ 28681.4-95 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», введений у дію з 1 січня 1997 р.

Розвиток готельного господарства в Україні сьогодні стримується низкою чинників: економічна криза; недоліки в роботі фінансово-банківської системи; обмежена платоспроможність населення; недосконала податкова система; нормативно-правова база не відповідає вимогам сьогодення (немає нормативних документів, які були б логічно взаємопов'язані і не суперечили один одному).

Сучасні світові тенденції розвитку підприємств індустрії гостинності: поглиблення спеціалізації готельної пропозиції (орієнтація на певний сегмент туристського ринку); утворення міжнародних готельних ланцюгів; перетворення готелів у комплекси; розвиток мережі малих підприємств; концептуалізація; екологізація; гедонізація (зробити відпочинок радісним будь-якими методами); впровадження в індустрію гостинності новітніх технологій і використання новітньої техніки удосконалення обслуговування:

- великий комплекс додаткових послуг;

- концентрація обслуговування в номері;
- компліментарні послуги (безкоштовні, завдяки яким готель показує свою прихильність до гостей).

Висновки. Готельні підприємства відносяться до туристської інфраструктури та посідають важливе місце у структурі туристського обслуговування. При вирішенні проблем вітчизняного готельного господарства необхідно враховувати сучасні світові тенденції розвитку індустрії гостинності.

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. – К.: ВИРА-Р, 2001. – 208 с.
2. Кузнецова Н.М. Основы экономики готельного та ресторанного господарства: Навчальний посібник. К.: Інститут туризму ФПУ, 1997. – 172 с.
3. Новикова В.І. Рекреаційна інфраструктура: суть поняття, види, методи дослідження // Географія в інформаційному суспільстві: Зб. наук. праць. У 4-х т. – Т.ІV. – К: ВЛГ Обрії, 2008. – С.163–165.
4. Новикова В.І. Рекреаційні ресурси: місце в рекреаційній споживчій діяльності, класифікація, проблеми паспортизації та реєстрації. // Туристично-краєзнавчі дослідження: Збірник наукових статей. – Випуск 7. – К.: Інститут туризму ФПУ, 2007. – С.130–136.
5. Новикова В.І. Територіальна організація рекреаційної діяльності у контексті збалансованого розвитку регіону (на прикладі Черкаської області): Дис. ... к. геогр. н.; 11.00.02 – економічна та соціальна географія / Інститут географії НАНУ. – К., 2008. – 268 с.

УДК 911.3

Носовська Т. Л., асп.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
t-ya@bigmir.ua

ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ БЮДЖЕТНИХ АВІАКОМПАНІЙ ДЛЯ ТУРИЗМУ НА АВІАЦІЙНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Розглянуті перспективи впровадження та підвищення ефективності використання бюджетної моделі в повітряному транспорті для перевезення пасажирів з точки зору подальшого розвитку туристичної галузі в Україні. Розкриті основні відмінності між “low-cost” та традиційними перевізниками їх переваги та недоліки для України опираючись на світовий досвід.

Perspectives of implementation and increase of effectiveness of budget model usage in passenger carriage airline service were considered from the point of view of further development of tourist sphere in Ukraine. Major discrepancies between low-cost and traditional carriers were disclosed as well as their advantages and disadvantages for Ukraine based on world experience.

Постановка проблеми. Впродовж кількох останніх років авіатранспортна галузь в Україні досягла стрімкого зростання. І тепер головне завдання цієї галузі країни – запобігти зниженню темпів зростання авіаційних перевезень. Працівники галузі вважають, що в сучасних умовах економічної кризи це можливо лише за умов найширшого впровадження в Україні бюджетної моделі або “low-cost” (в перекладі з англійської “низька ціна”) авіаперевезень. Наша країна довгий час зовсім не мала цієї послуги, а тепер вже і в Україні є реальною ситуація, коли в аеропорту два літаки мають злітати практично одночасно й прямувати в одну й ту саму точку, але вартість квитків дуже різна: якщо місце в салоні одного авіалайнера