

Міністерство освіти і науки України

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

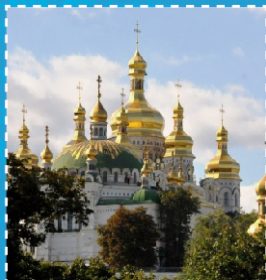
Навчально-науковий інститут економіки і права

Кафедра туризму і готельно-ресторанної справи

ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ В УКРАЇНІ:

СТАН, ПРОБЛЕМИ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Матеріали II Міжнародної
науково-практичної конференції
(16–17 жовтня 2014 р., м. Черкаси)



Міністерство освіти і науки України
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Навчально-науковий інститут економіки і права
Кафедра туризму і готельно-ресторанної справи

**ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ В УКРАЇНІ:
СТАН, ПРОБЛЕМИ, ТЕНДЕНЦІЇ,
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

*Матеріали II Міжнародної
науково-практичної конференції*

(16–17 жовтня 2014 р., м. Черкаси)

Черкаси

2014

УДК 338.48:33214

ББК 65.43

Т 88

Відповідальні за випуск
Пасєка С.Р., Новикова В.І.

**Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції,
Т 88 перспективи розвитку : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф.
(16–17 жовтня 2014 р., м. Черкаси). – Черкаси : Брама-Україна,
2014. – 412 с.**

У збірнику представлені статті вчених, молодих дослідників, представників туристського бізнесу, присвячені теоретичним і прикладним питанням туризму і готельно-ресторанної справи, маркетингу та менеджменту у сфері туризму і гостинності, економічним проблемам туризму та готельно-ресторанної справи, соціально-трудовим відносинам у закладах туризму і гостинності, організації дозвілля та відпочинку туристів, інфраструктурі туризму, туристській освіті та кадровому забезпеченню туризму та готельно-ресторанної сфери, міжнародному співробітництву України в галузі туризму, рекреаційним ресурсам і розвитку туризму в регіонах України, екскурсійній діяльності, розвитку санаторно-курортної справи в Україні.

В сборнике представлены статьи учёных, молодых исследователей, представителей туристского бизнеса, посвящённые теоретическим и прикладным вопросам туризма и гостинично-ресторанного дела, маркетингу и менеджменту в сфере туризма и гостеприимства, экономическим проблемам туризма и гостинично-ресторанного дела, социально-трудовым отношениям в заведениях туризма и гостеприимства, организации досуга и отдыха туристов, инфраструктуре туризма, туристскому образованию и кадровому обеспечению туризма и гостинично-ресторанной сферы, международному сотрудничеству Украины в области туризма, рекреационным ресурсам и развитию туризма в регионах Украины, экскурсионной деятельности, развитию санаторно-курортного дела в Украине.

*Рекомендовано до друку на засіданні
Вченої ради Черкаського національного університету
імені Богдана Хмельницького (протокол № 2 від 16.09.2014 р.)*

© Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького, 2014

ЗМІСТ

СОЖЕРЖАНИЕ

Секція 1. Туризм і готельно-ресторанна справа:	8
теоретичні та прикладні питання	
<i>Бейдик О.О., Топалова О.І.</i> Класифікація та нові типи адаптивного туризму	8
<i>Біль М.М.</i> Туристична активність населення в контексті зростання просторової мобільності	14
<i>Бутенко Л.Ю., Захарченко Я.І.</i> Проблеми розвитку індустрії гостинності України на сучасному етапі	19
<i>Бутенко Л.Ю., Копицяк Ю.І.</i> Фірмовий стиль готелю як спосіб максимізації продажу готельних послуг	22
<i>Галасюк К.А., Липтуга І.Л.</i> Інтернет як чинник розвитку підприємств готельного господарства	27
<i>Капліна Т.В., Столярчук В.М.</i> Перспективи підвищення якості продукції готельно-ресторанного господарства	30
<i>Кудла Н.Є.</i> Визначення агротуристичної привабливості сільських територій	35
<i>Рогова Н.В.</i> Особливості сталого розвитку туризму на засадах партнерства	42
<i>Садова У.Я.</i> Соціокультурологічні імперативи розвитку туристичної сфери України: міграційний аспект	47
<i>Патійчук В.О., Сергійчук А.Ю.</i> Основні проблеми розвитку паломницького туризму в Україні	53
<i>Смирнов І.Г.</i> Логістика круїзного туризму: теорія та практика	59
<i>Третьяков О.В.</i> Інтернет як середовище туристичної діяльності	64
Секція 2. Маркетинг і менеджмент	69
у сфері туризму і гостинності	
<i>Бабына І.В., Третьякова М.В.</i> Формирование и развитие туристических зон в Республике Беларусь	69
<i>Грицьку В.С., Грицьку-Андрієш Ю.П.</i> Організація кластеру в системі сільського зеленого туризму Чернівецької області	74
<i>Дрокина Н.И.</i> Информационно-коммуникационные технологии в управлении туристическим предприятием	79
<i>Дроботова М.В., Куценко Н.А.</i> Инновационные проекты в туризме	85
<i>Лопушенко К.І., Пасека С.Р.</i> Управління якістю в туризмі	90
<i>Радченко О.М.</i> Інновації на ринку страхування туристів України	94

З таблиці 1 бачимо, що Україна посідає 9 місце серед європейських країн – 41,8 % населення активно використовує можливості глобальної мережі. Частка держави у загальному обсязі користувачів Інтернету у Європі складає 3,3 %. Відмітимо, що Російська Федерація з часткою 15,4 % займає перше місце, Німеччина – друге (12,3%), Сполучене Королівство – третє (10,1%).

Висновки. Швидке зростання кількості користувачів у мережі Інтернет безпосередньо впливає на розвиток туристичної сфери України і світу в цілому. Туристична індустрія стає одним із секторів підприємницької діяльності, де найбільш активно застосовуються Інтернет-технології.

1. Козловский Р. Путешествуем и отдыхаем с вай-фаем / Р. Козловский // Украинский туризм. – 2013. – № 1. – С. 34–35.
2. Ошарина К. Wi-Fi в номере – must have для отеля / К. Ошарина // Академия гостеприимства. – 2013. – № 2. – С. 76–82.
3. Мельниченко С.В. Інтернет-технології в діяльності туристичних підприємств / С.В. Мельниченко, К. Єсіпова // Вісник КНТЕУ. – 2010. – № 6. – С. 35–47.
4. Сайт Internet World Stats [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.internetworldstats.com>.

Капліна Т.В., Столярчук В.М.

Полтавський університет економіки і торгівлі,
м. Полтава, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Постановка проблеми. Сучасний світовий ринок характеризується стрімким розвитком сфери послуг. Але, вітчизняні фахівці звертають увагу на те, що в Україні ці процеси відбуваються занадто повільно. Цим і обумовлені суттєві недоліки сучасної сфери послуг: недостатня розвиненість інфраструктури, низька якість надання послуг, використання застарілих технологій та методів управління, низька кваліфікація працівників тощо [1–5].

Загальні проблеми сфери послуг України в свою чергу віддзеркалюються на галузевих. Це характерно й для готельно-ресторанного господарства [1–5]. Як наслідок низька конкурентоспроможність вітчизняних готельно-ресторанних підприємств.

Аналіз останніх досліджень. Значна кількість науковців і практичних діячів стурбовані низьким рівнем якості послуг готельно-ресторанних підприємств України, порівняно зі світовими стандартами [1–5]. Навіть основні послуги підприємств готельного господарства України (проживання та харчування) досить часто мають низьку якість.

При впровадженні на підприємствах нових додаткових послуг автоматично переносяться на них вже існуючі несприятливі умови виробництва (наприклад, низька кваліфікація персоналу, фізично чи морально застаріле технологічне оснащення, відсутність впровадження методів управління якістю послуг тощо). Це дає підґрунтя вважати, що подібні фактори зводять нанівець зусилля щодо інноваційної діяльності на підприємстві. Виникає необхідність у виявленні та впровадженні новацій, які б забезпечили корінні зміни процесів організації та функціонування підприємств.

Мета статті – виявлення перспектив розвитку сучасних підприємств готельно-ресторанного господарства України.

Виклад основного матеріалу. Як засвідчують данні літературних джерел, туристична сфера України, в тому числі й готельно-ресторанна галузь, має значний потенціал [1, 2, 4]. Проте для його розкриття та отримання відповідних прибутків необхідно підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. Забезпечити її можна шляхом інноваційної діяльності. При цьому слід зауважити, що впровадження лише «поліпшуючих новинок» сприяє досягненню рівня окремих лідерів. Радикальні ж інновації надають можливість їх обійти та зайняти відповідну нішу на світовому ринку. Вони являють собою складний процес, який потребує використання стратегії прощтовхування на ринок. Це обумовлює значні затрати та передбачає глибокі фундаментальні й прикладні дослідження.

Аналіз низки публікацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу свідчить, що в світі ця галузь розвивається в двох напрямках: поліпшуюча інновація основних послуг і розширення асортименту додаткових послуг [1–6]. При цьому можна відмітити, що вітчизняна готельно-ресторанна галузь розвивається аналогічними шляхами, хоча значно відстає від світової за темпами. Отже, виникає необхідність у використанні в діяльності підприємств готельного господарства стратегії радикальних інновацій. Саме таким шляхом можна отримати переваги лідера як у галузі й навіть загальносвітові.

Для розробки шляхів вирішення вищезазначеної проблеми нами враховувалися наукові принципи системології та управління якістю. Ґрунтуючись на них, загальноприйнято як готельно-ресторанну продукцію розглядати готельну послугу, кулінарну продукцію та будь-яку іншу додаткову продукцію. При цьому вважається, що ця продукція є результатом процесу. Таким чином, з'являється можливість на окремих традиційних процесах, втілених у практику діючих підприємств, виявити існуючі загальні проблеми галузі. Безперечно, з позиції системології, кожен новий процес буде відмінним. Проте всі ці системи характеризуватимуться здебільшого однотипними вихідними параметрами. Вони також матимуть спільне навколишнє середовище. Оскільки будуть призначені для забезпечення потреб одних і тих самих споживачів і для реалізації в одній сфері (готельно-ресторанному господарстві). Звідси виникає висока ймовірність наявності однотипних систем, які будуть піддаватися впливу одних і тих самих факторів. У результаті, вивчаючи уже існуючі системи (процеси, втілені в практику діючих підприємств вітчизняної галузі), можна спрогнозувати поведінку нових. При удосконаленні традиційних процесів чи розробці нових необхідно звертати увагу, перш за все, на доцільність керування факторами впливу (не допускати чи мінімізувати їх прояв або, навпаки, за необхідності спрямовувати на максимум). Отже, виникає необхідність встановлення загальних факторів, які забезпечать переваги вітчизняним готельно-ресторанним підприємствам.

Одним із вагомих факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства є висока якість продукції. Для її досягнення потрібно не лише прикласти необхідні зусилля, а й правильно спрямувати вектор інноваційного розвитку підприємства. Саме останнє ми вбачаємо як першочергове завдання.

Складність визначення стратегії інноваційного розвитку галузі чи конкретного підприємства обумовлена багатогранністю поняття якості послуг та неоднозначністю його трактування, що проявляється як у кількісному, так і в якісному вираженні [3, 7]. У сучасній науковій та нормативній літературі саме поняття якості трактують із різних позицій: філософської, соціальної, технічної, економічної, правової. Така багатогранність визначення забезпечує можливість глибоких різнобічних досліджень із урахуванням методологій багатьох галузевих наук, проте унеможливорює однозначне універсальне

тлумачення поняття. Таким чином, значна більшість сучасних нормативних документів розглядає лише відповідні певні сторони якості. Неоднозначність розуміння базового поняття значно ускладнює навіть сам процес ототожнення конкретної складової якості для відповідних послуг як об'єкта дослідження. Виділяють різні складові поняття якості: технічну, економічну, соціальну, екологічну тощо. У зв'язку з цим, при встановленні якості досить часто досліджують різні складові (навіть для продукції в межах однієї групи). Із іншого боку, в науковій літературі розглядається можливість використання різних підходів до встановлення рівня якості послуг [2, 3, 5]. Проте жоден із них не забезпечує можливості кваліметрично однозначного вираження.

Один із загальноприйнятих підходів до оцінки якості продукції передбачає визначення абсолютного, відносного, перспективного та оптимального її рівнів. Абсолютний рівень якості продукції визначають обчисленням вибраних для його вимірювання показників. Самі по собі абсолютні значення характеристик якості не відображають ступінь її відповідності вимогам (як діючих нормативно-технічних документів, так і ступінь задоволення вимог споживачів). Тому, зазвичай, із абсолютним рівнем одночасно визначають і відносний рівень якості продукції, проводячи порівняння з базовим значенням показника. Здебільшого, це дає можливість виявити відповідність або невідповідність отриманих результатів за певними показниками якості. Найбільш проблемним є якісне та кількісне визначення базового критерію. При цьому за останній приймають сукупність характеристик показників якості продукції, що закріплена в нормативно-технічній документації. Безперечно стандартизація є одним із найважливіших елементів сучасного механізму керування якістю продукції. Це нормотворча діяльність, що знаходить найбільш раціональні норми, а потім закріплює їх у нормативних документах. Проте проведений аналіз нормативно-технологічної документації, яка регламентує діяльність у готельно-ресторанному господарстві, свідчить, що значна їх частина була розроблена ще наприкінці ХХ століття. Отже, вони не відображають досягнень науки останніх десятиліть, а в результаті й не можуть забезпечувати максимальне задоволення потреб сучасного споживача. Виникає нагальна потреба приведення у відповідність нормативно-технічної бази, яка регламентує основні критерії якості. При цьому

сукупність базових значень показників якості повинна відображати оптимальний рівень якості продукції та відповідність сучасному світовому розвитку галузі.

Оцінюючи якість продукції, особливо при розробці нових її видів, розглядають досягнення рівня оптимальності. Це рівень, за якого загальна величина суспільних витрат на виробництво й використання (експлуатацію, споживання) продукції за певних умов споживання була б мінімальною. Поліпшення значень показників якості продукції здійснюється так, щоб їх спільний ефект набував би найкращого значення за заданих витрат. При цьому слід зазначити, що діяльність у сфері послуг спрямована на максимальне задоволення потреб споживачів. Отже, підвищення значення показників оптимального рівня якості продукції має інший вектор дії. Така невідповідність не забезпечує можливості отримання максимально бажаного ефекту задоволення потреб споживачів при впровадженні новинок. У результаті, інноваційна діяльність не приносить бажаного ефекту. Це, ймовірно, є одним із факторів, який обумовлює низький інноваційний розвиток вітчизняних підприємств готельно-ресторанної сфери.

Останнім часом значну увагу приділяють «ринковій новизні» продукції. Її визначають як спроможність продукції задовольняти потребу існуючих споживачів і залучати нових. У зв'язку з цим, постає необхідність оцінювати саме ступінь задоволення потреб споживачів. Значну увагу при цьому необхідно приділити «прицільній якості», яка в маркетингових дослідженнях указує на той рівень якісних параметрів, що найбільше відповідає потребам та можливостям споживачів відповідного сегмента ринку. Враховується приваблива (випереджуюча) якість, яка відповідає «сюрпризним» характеристикам продукції та викликає захоплення. Споживач формує у своїй свідомості деяку «очікувану якість», яку бажає отримати в процесі придбання та використання продукції. Таким чином, необхідно встановлювати та оцінювати як реальну якість продукції так і «очікувану якість», яка сформована у свідомості споживача.

Науково-технічний прогрес, розвиток виробництва озброюють людей новими знаннями та засобами праці. Вони створюють нові види продукції, поліпшують якість продукції, що вже виготовляється. Це сприяє забезпеченню задоволення потреб сучасної людини та піднімає їх на новий ще вищий рівень. Якщо якість продукції відображатиме

лише характеристики певного історичного етапу їх розвитку, це не забезпечуватиме можливості ефективної її оцінки. Тому з метою забезпечення можливості розвитку галузі рівень якості її продукції відповідно також повинен бути динамічною категорією.

Висновки. Високий рівень якості кінцевої продукції має забезпечуватися шляхом застосування наукових підходів та принципів менеджменту, сучасних методів і засобів інноваційного розвитку. Результатом таких зрушень буде підвищення конкурентоспроможності як окремих підприємств, так і галузі в цілому. Для цього необхідно на основі комплексного вивчення ринку розробити та реалізувати на практиці ефективну програму забезпечення якості, спрямовану на задоволення потреб сучасного споживача.

1. Кучин С.П. Особливості та перспективи розвитку сфери послуг в Україні / С.П. Кучин, Н.В. Сарматичка // Економіка та управління національним господарством. – 2011. – № 3 (15). – С. 43–46.
2. Велева С.А. Идентификация основополагающего фактора влияния на туристический рынок Украины / С.А. Велева, А.И. Велев // Экономика и управление. – 2012. – № 3. – С. 112–116.
3. Кальченко Л.А. Управление системой качества услуг в гостиничном бизнесе / Л.А. Кальченко, Я.В. Подоляк // Культура народов Причерноморья. – 2007. – № 121. – С. 66–68.
4. Ресторанный бизнес Украины за 10 лет // Рестораторъ. – 2013. – № 1–2 (100). – С. 60–62.
5. Столярчук П. Експертно-соціологічна оцінка якості послуг закладів ресторанного господарства / П. Столярчук, Н. Сусол, Л. Сопільник // Вимірювальна техніка та метрологія. – 2007. – № 67. – С. 123–129.
6. Ілляшенко Н.С. Визначення стратегічних управлінських рішень в залежності від рівня задоволення потреб товаровиробників і споживачів / Н.С. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 4. – С. 136–140.
7. Кац М. Сервис: контроль качества / М. Кац, К. Корольчук // Рестораторъ. – 2013. – № 4 (102). – С. 38–43.

Кудла Н.Є.

Львівський інститут економіки і туризму,
м. Львів, Україна

ВИЗНАЧЕННЯ АГРОТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Постановка проблеми. Особливостями розвитку туризму на сільських територіях є те що освоєння туристичних об'єктів не завжди узгоджується з їх реальною привабливістю, що у підсумку може спричинити нераціональне використання території. Тому інформація