

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ім. ПАВЛА ТИЧИНИ  
НН Інститут економіки та бізнес-освіти**



**ІНДИВІДУАЛЬНЕ НАВЧОЛЬНО  
ДОСЛІДНИЦЬКЕ ЗАВДАННЯ**

**Структура ринку засобів розміщення в Україні  
та за кордоном**

**Підготував:**

Студент 1 курсу, 16 групи  
“Готельно-ресторанна справа”  
Гільченко Іван Сергійович

**Перевірив:**

Викладач “Основи туризмознавства”  
Литвин Н Н





# ЗМІСТ

1. Вступ.
2. Структура готельного господарства України.
3. Структура готельного господарства за кордоном.
4. Перспективи розвитку готельної індустрії.
5. Проблеми та перспективи розвитку засобів розміщення в Україні.
6. Проблеми та перспективи розвитку засобів розміщення за кордоном.
7. Засоби розміщення туристів та подорожувальників
8. Висновки.
9. Список використаних джерел.

# Вступ

Готельне господарство є однією з головних складових туристичної індустрії України. Проте, сьогодні можна констатувати про відсутність висококонкурентних позицій у цьому секторі національної економіки. Інфраструктура закладів розміщення в Україні не відповідає міжнародним нормам проживання та відпочинку: недостатня кількість готельних підприємств, у структурі готельних підприємств низька частка закладів високої категорії, матеріально-технічна база застаріла та потребує модернізації, відсутні сучасні засоби зв'язку та інформаційних комунікацій, ефективні та надійні системи захисту, які є передумовою високого рівня якості послуг.

У перспективі готельне господарство повинно стати провідним чинником активізації туризму, інтеграції держави у світові структури міжнародного співробітництва, зростання значення національної культури. Для досягнення цієї мети на державному рівні сьогодні необхідно вирішити ряд актуальних проблем.



В українському законодавстві нечітко врегульоване право власності на землю, особливо для іноземних інвесторів. Відсутні можливості приватизації землі та не вигідні умови її оренди для будівництва готелів, механізму концесії історико-архітектурних об'єктів, не приваблює іноземні компанії у готельний бізнес.

Не вирішеною залишається проблема зміни форми власності, акціонування підприємств готельного господарства. Великі та значна частка середніх готельних підприємств в Україні перебувають у державній та комунальній формі власності (39,8 %); в окремих регіонах приватні готелі зовсім відсутні. У зв'язку із низькою прибутковістю та регуляторним податковим тиском власники більшості готелів розглядають готельний бізнес як доповнення до інших сфер своєї діяльності. Приватизація та акціонування зумовить покращення якості управління на підприємствах готельного господарства, водночас і матеріально-фінансовий стан галузі. Фінансово-економічну політику із зміни форми власності доцільно проводити шляхом залучення з різних джерел фінансових ресурсів.



# Структура готельного господарства України

Розвиток готельного господарства в Україні сьогодні стримується низкою чинників економічна криза;

- недоліки в роботі фінансово-банківської системи;
- обмежена платоспроможність населення;
- недосконала податкова система.

Законодавчо-правова база не відповідає вимогам сьогодення, немає інструкцій та інших нормативних документів, які були б логічно взаємопов'язані і не суперечили один одному.

Слід відзначити відсутність необхідної інфраструктури, відповідних сервісних умов, що, в свою чергу, позначається на рівні якості обслуговування туристів. Стан сфери послуг не відповідає потенційним можливостям держави, яка має все для розвитку туристичної інфраструктури:

- природні умови;
- історико-культурні ресурси;
- трудові та матеріальні ресурси.



Програмою розвитку туризму передбачено будівництво 78 нових готелів та інших об'єктів на 15. 7тис. місць, а також проведення реконструкції 61 об'єкта на 21. 5тис. місць.

Готельний бізнес України сприятиме презентаціям регіональних інвестиційних ідей та проектів, пропозиціям готелів, ресторанів для потенційних інвесторів, розвитку франчайзних мереж, інвестуванню в рекреаційний і санаторно-курортний сектор, формуванню маркетингових систем, рекламно-інформаційному забезпеченню, а саме:

- владні структури, представників державних організацій, асоціації, які безпосередньо приймають участь у створенні стратегії розвитку галузі;
- органи, які сприяють розвитку індустрії гостинності;
- керівників засобів розміщення, підприємств харчування;
- керівників туристичних організацій;
- відомих фахівців та професіоналів галузі;
- осіб та організації, які сприяють забезпеченню готелів та ресторанів товарами та послугами.



Готельне господарство є однією з основних складових туристської індустрії України.

За формами власності їх кількість розподіляється так: 40% перебувають у загальнодержавній та комунальній, 57 - у колективній і 3% - у приватній власності

Середньорічний коефіцієнт завантаження готелів в середньому по Україні становив 0,24. При цьому мінімальне використання місткості готелів - 9% - було в Луганській та Миколаївській областях, а максимальне - 78% - у Севастополі. У Києві цей показник дорівнював 40%.

Якщо відкинути максимальне й мінімальне значення показників завантаженості, то використання місткості українських готелів у 2006 р. становило 0,20. Це значення є більшою об'єктивним для характеристики стану готельного бізнесу в Україні. Винятком з цього незадовільного становища є Київ, де завантаженість у 1995 р. дорівнювала 0,52, в 1998 р. - 0,35, в 1999 р. - 0,37, у 2006 - 0,40.

У більшості регіонів України рівень завантаженості готелів коливався від 0,17 до 0,22. Чисельність готелів в Україні скоротилась з 1995 р. по 2006 р. на 88 одиниць, або на 6%, їх місткість зменшилась на 27 963 місця, або на 21%.



Кількість готелів в Україні порівняно з туристськими країнами світу незначна. У Великій Британії, наприклад, функціонує близько 260 тис. готелів. У країнах Європи число великих готелів становить 15 -25% загальної кількості готельних господарств, 75 -85% - мотелі та готелі сімейного типу. За даними аналізу структури готельного господарства України, такі форми готельного господарства, як мотелі, кемпінги, молодіжні бази, надзвичайно поширені в інших країнах, в Україні практично не розвинуті.

Як свідчить міжнародний досвід, саме такі підприємства могли б дати істотний поштовх розвитку галузі та створенню додаткової кількості робочих місць.

Чинне законодавство України нечітко визначає готельне господарство, його належність до сфери туристських послуг та відомче підпорядкування. Тому для розвитку готельного господарства України, підвищення попиту на ринку споживання готельних послуг, створення і входження на ринок малих готельних підприємств доцільним є розробка проекту Закону України про розвиток готельного господарства. Положення Закону мають визначити правові, економічні та організаційні засади створення і подальшого розвитку конкурентних відносин на цьому ринку.





В Україні класифікація готелів є основою для їх сертифікації.

Сертифікація - це діяльність з підтвердження відповідності якості товару чи послуг взірцю (або стандарту). З січня 1997 року діють державні стандарти в галузі туризму, готельного і ресторанного господарства. Базою є міждержавні стандарти СНД: "ГОСТ 28681.4-95 класифікація готиниц".

4 жовтня 1999 року - правила сертифікації були затверджені Мін'юстом - введена обов'язкова сертифікація.

Сертифікацію проводить незалежний аудиторський орган акредитований держстандартом УкрСЕПРО.

Сучасна стратегія надання готельних послуг дає змогу розширити їхній асортимент і є засобом як виживання, так і пошук нових шляхів



# Структура готельного господарства закордоном

Визначальною тенденцією розвитку світового готельного господарства залишалася централізація управління. Практично всі готельні ланцюги світу, незалежно від їхнього рейтингу, зазнаючи жорсткої конкуренції, шукали будь-які можливості для збільшення свого потенціалу. У 1992-1996 рр. лідером рейтингу був Hospitality Franchise System (HFS). У цей період йому вдалося поглинути такі великі компанії, як Ramada Inns і Howard Johnson. Але у 1997 р. настала черга HFS: його поглинув ланцюг, що динамічно розвивається.

Наприкінці століття явно набирав темпи процес централізації управління Cendant Corp., що очолив рейтинг готельних ланцюгів. Якщо за 1970 -1991 рр. Holiday Inns збільшив контроль у готельному господарстві тільки на 106 тис. номерів, то в 90-х контроль лідера зріс уже до 214,8 тис. номерів.

Правда, це були вже зовсім інші компанії. Збільшення спостерігалось в усіх рангових позиціях рейтингу.



Процес укрупнення готельних ланцюгів ґрунтується насамперед на розвитку системи франчайзингу (нині приблизно 80% готелів входять у ланцюги на правах франчайзингу). У 1999 р. із 6315 готелів, керованих Cendant Corp., 6258 входили в цю компанію на умовах франчайзингу. Bass Hotels & Resorts (2-ге місце в рейтингу) керує усіма своїми 2886 готелями тільки на таких умовах. З 1880 готелів більш відомої компанії Marriott Int. (3-тє місце в рейтингу) 998 також мають франчайзингові угоди. А з 716 готелів Starwood Hotels (8-ме місце в рейтингу) за даною системою працюють 299. З 10 готельних ланцюгів, що займали перші місця в рейтингу 1970 р., 9 зміцнили своє становище в 1999 р.

Якщо порівняти списки готельних ланцюгів першої двадцятки рейтингу у 1991 та у 1999 рр., то багатьох уже немає. Вийшли з гри торгові марки Holiday Inns (1-ше місце в 1991р.), HFS (2-ге місце), ITT Sheraton (7-ме місце), Promus (12-те місце), Intercontinental Hotels (16-те місце), Ramada Inter (18-те місце), Westin Hotels (19-те місце).

Нинішні лідери Cendant Corp., Bass Hotels, Starwood Hotels у 1991 р. були нікому не відомі. Більше того, у 1999 р. про себе заявили порівнянно недавно утворені готельні ланцюги, що відразу потрапили в рейтинг



Процес зростання значення готельних ланцюгів в управлінні світовим готельним господарством характеризується істотним протиріччям: з одного боку, укрупнюються головні готельні ланцюги, що оперують у багатьох країнах, з іншого, - все більше країн створюють власні готельні ланцюги, що успішно конкурують з інтернаціональними монополіями. Штаб-квартири 325 готельних ланцюгів, що потрапили в рейтинг журналу Hotels за 1999 р., розташовані в 39 країнах. Причому понад 60% із них припадає на США, 17 штаб-квартир - у Великій Британії, 14 - у Японії, 11 - у Німеччині, 8-у Гонконгу, по 6- у Франції і Сінгапурі.

Таким чином, готельні ланцюги мають в управлінні готелі місткістю 5698,7 тис. номерів. Лідируюче положення зберігають США, на частку яких припадає 62,5% від усіх номерів, а на частку головних європейських країн - усього 27,1%. Роль готельних ланцюгів в управлінні постійно зростає.

Крім готельних ланцюгів, на світовому туристському ринку активно функціонують специфічні об'єднання, основна мета яких - виявляти кращих представників готельного бізнесу. Наприклад, з 1928 р. проводить роботу з визначення найкращих готелів світу міжнародна корпорація "Ведучі готелі світу".



Міжнародна організація "Привілейовані готелі і курорти світу" проводить таку роботу близько 30 років. З 1968 р. функціонує міжнародна готельна асоціація "Найтихіші готелі світу", штаб-квартира якої знаходиться в Парижі. При вступі в цю асоціацію оцінюються три критерії: природне і приємне навколишнє середовище; затишна будівля та інтер'єр готелю з характерним виглядом; гостинність, що відповідає всім сучасним вимогам, у тому числі і чудовій кухні.



# Перспективи розвитку готельної індустрії

Готельна індустрія як вид економічної діяльності, потужна система господарювання регіону (або туристичного центру) і важлива складова економіки туризму передбачає надання платних послуг та організацію короткострокового проживання в готелях, мотелях, кемпінгах та інших засобах розміщення.

Проведений нами аналіз сучасного стану засобів розміщення в Україні виявив такі проблеми:

- сьогодні не існує розвиненої мережі приміщень, де б дитячі, молодіжні групи та туристи могли зупинитися на ночівлю у випадку кількадечної подорожі;
- ціни на готелі та інші види ночівлі зазвичай не доступні для дітей і молоді, що стримує розвиток екскурсійних та туристичних поїздок Україною;
- туристично-рекреаційний та інвестиційний потенціал багатьох провінційних міст, де є база для розвитку історичного та рекреаційного туризму, залишається невикористаним.



Привабливість готельного сектора не викликає сумнівів, але тільки ґрунтуючись на реальному стані ринку і правильному прогнозі, а також при правильному плануванні і виборі індивідуальної інвестиційної стратегії - інвестор має нагоду отримати з цього максимальну вигоду. Сьогодні будь-яка компанія, що інвестує в Україну, розглядає, з одного боку, можливості отримання високого прибутку і інші перспективи ринку України, що розвивається, а з іншого боку можливі ризики. Саме ризики важче за все оцінити іноземному інвестору. Недооцінені і непередбачені ризики здатні зробити інвестиційний проект, ефективний на папері - збитковим в реальності. Переоцінені і придумані ризики здатні назавжди поховати найефективніший проект в архіві іноземної компанії.

При інвестуванні в готельний бізнес основним чинником є подальше функціонування готелю, головним чином визначається вибором управління готелем. Сьогодні інвестор стоїть перед вибором з 3х можливих шляхів подальшого управління готелем: наймання генерального менеджера, залучення професійного готельного оператора (або використання франчайзингу) і самостійне управління.



# Проблеми та перспективи розвитку засобів розміщення в Україні

У перспективі готельне господарство повинно стати провідним чинником активізації туризму, інтеграції держави у світові структури міжнародного співробітництва, зростання значення національної культури. Для досягнення цієї мети на державному рівні сьогодні необхідно вирішити ряд актуальних проблем.

Насамперед, відсутнє чітке законодавче визначення місця готельного бізнесу у туристичній сфері, його відомче підпорядкування. На законодавчому рівні необхідно визначити правові, економічні та організаційні аспекти створення і розвитку конкурентного середовища на ринку сфери гостинності. Законодавча основа повинна сприяти формуванню та входженню у ринковий простір нових готельних підприємств, зокрема створенню умов правового захисту та виживання малих форм у сфері гостинності.

В українському законодавстві нечітко врегульоване право власності на землю, особливо для іноземних інвесторів.





Відсутні можливості приватизації землі та не вигідні умови її оренди для будівництва готелів, механізму концесії історико-архітектурних об'єктів, не приваблює іноземні компанії у готельний бізнес.

Не вирішеною залишається проблема зміни форми власності, акціонування підприємств готельного господарства. Великі та значна частка середніх готельних підприємств в Україні перебувають у державній та комунальній формі власності (39,8 %); в окремих регіонах приватні готелі зовсім відсутні. У зв'язку із низькою прибутковістю та регуляторним податковим тиском власники більшості готелів розглядають готельний бізнес як доповнення до інших сфер своєї діяльності. Приватизація та акціонування зумовить покращення якості управління на підприємствах готельного господарства, водночас і матеріально-фінансовий стан галузі. Фінансово-економічну політику із зміни форми власності доцільно проводити шляхом залучення з різних джерел фінансових ресурсів. Водночас, необхідно створити для інвесторів систему державних гарантій для захисту приватної власності і капіталу.



На українському ринку готельних послуг міжнародні готельні ланцюги лише формують контури майбутньої діяльності. Річний досвід роботи у міжнародній програмі "The Greatest Hotels of the World" сьогодні розвиває лише один із лідерів національного ринку послуг гостинності - донецький готель "Донбас Палас". Дворічний досвід роботи має перша українська готельна мережа "Premier Hotels", сформована з п'яти провідних у державі готелів - "Прем'єр Палас" (Київ), "Ореанда" (Ялта), "Дністер" (Львів), "Стар" (Мукачеве), "Лондонська" (Одеса). Пріоритетним напрямком інвестування в українську сферу гостинності розглядає французька готельна мережа "Ассор". Сьогодні корпорація "Ассор" поетапно планує будівництво декількох 3-5 зіркових готелів у Києві, згодом, до 2010 р., розширити мережу до 10-12 готелів в інших містах України - Харкові, Дніпропетровську, Одесі, Донецьку та Львові. Основний сегмент корпоративної мережі на українському ринку у перспективі повинен сформуватись із новозбудованих комфортних 3-, 4-зіркових готелів, доступних для широкого кола туристів - з середньою вартістю проживання 50-60 євро. Уніфікація послуг, ціни готелями, що входять у готельні ланцюги остаточно не вирішує проблеми розвитку та модернізації готельного господарства в Україні.



Глобалізація світової економіки та трансформаційні процеси у національній економіці зумовлюють інтенсифікацію ділових, наукових та культурних обмінів, зростання у соціальній структурі частки осіб середнього достатку. Роль високо-категорійних готелів та попит на високоякісні послуги у розвитку ділової інфраструктури України буде збільшуватись. Тому, важливо у перспективі враховувати принципи створення сучасної туристичної інфраструктури, провести маркетингові дослідження шляхів і методів підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва, модернізації засобів розміщення, розвитку найбільш економічно привабливого - ділового туризму. З урахуванням актуальності і перспективності ділового туризму в Україні, сьогодні у всіх великих містах - важливих функціональних центрах виникла необхідність відкриття чотиризіркових готелів.

Привабливим для інвесторів стає сегмент трьохзіркових готелів. Категорія трьохзіркових готелів повинна стати оптимальною з позиції ціни та якості послуг, орієнтуватись на обслуговування масових туристів, які подорожують з пізнавальною та комерційною метою.



# Проблеми та перспективи розвитку засобів розміщення за кордоном

Серед головних тенденцій сучасного розвитку індустрії гостинності можна виділити:

- поглиблення спеціалізації та диверсифікація готельних послуг;
- утворення значних за розмірами корпоративних форм - готельних ланцюгів, які стають транснаціональними компаніями;
- широке використання в індустрії гостинності інформаційних систем управління, технологічного забезпечення, маркетингу;
- інтеграція капіталу готельних підприємств з капіталом фінансових, страхових, будівельних, транспортних та інших сфер економіки;
- широке використання наукового менеджменту в організації та управлінні готельним бізнесом;
- розвиток мережі невеликих готельних підприємств зорієнтованих на конкретний сегмент ринку.



Кількісний ріст готельних ланцюгів, їхнє злиття й об'єднання справляють помилкове враження про зниження різноманіття пропозиції та відпочинку. Проте на практиці спостерігається інша тенденція: поширення ланцюгів не може задовольнити всіх різноманітних вимог туристів (через деяку знеособленість, стандартизованість обслуговування), що створює підґрунтя для розвитку малих незалежних готелів, які роблять ставку на унікальність і неповторність. Такі готелі спеціалісти вважають прототипами готелів XXI ст.: комфортабельні, без ресторану (передбачається, що ресторан знаходиться поруч), побудовані в сільському стилі, пропонують послуги за помірну ціну і мають все необхідне для роботи та відпочинку, де клієнти можуть одержати вишукане персоніфіковане обслуговування. Саме унікальність малого готелю є головним інструментом ринкової політики. Як свідчить практика, малі готелі у своїй більшості — це незалежні готелі, тобто вони перебувають у вільному володінні, розпорядженні і користуванні володаря, що одержує прибуток від такої власності. Наявність договірних зобов'язань з іншими компаніями в питаннях управління або використання чужого знака обслуговування не призводить до зміни статусу підприємства як незалежного стосовно інших суб'єктів ринкових відносин.



# Засоби розміщення туристів



**Колективні засоби розміщення туристів.** До них відносяться готелі і аналогічні заклади, спеціалізовані заклади, інші колективні засоби розміщення. У кожному з них число місць повинне перевищувати встановлений мінімум, об'єкт розміщення повинен мати єдине керівництво, а управління їм будуватися на комерційній основі. Розрядність відбивається на престижі, складі клієнтури і розцінках готелю. Подорожуючій особі вона дозволяє вільно орієнтуватися на ринку туристської пропозиції : порівнювати готелі за якістю і вартості обслуговування і вибирати відповідну базу для нічлігу. Органи управління використовують клас готелю як критерій розподілу податкового тягара і державних інвестицій, а також враховують його при розробці цінової політики у сфері готельного бізнесу.

**Індивідуальні засоби розміщення туристів.** Можливості для індивідуального розміщення дуже широкі. Турист може зупинитися у власному замиському будинку, орендувати у приватної особи або агентства повністю обладнане житло (будинок, квартиру, котедж) або безкоштовно розміститися у родичів і знайомих. Кімнати, що здаються, і приміщення підлягають класифікації по аналогії з іншими об'єктами гостинності.



# Висновки

Результати дослідження сучасного стану готельної сфери в Україні свідчать, саме від підвищення її розвитку, інвестування, в значній мірі залежить реальний стан туристичної інфраструктури в державі. Для ефективного функціонування готельної сфери сьогодні необхідна гнучка система державного стимулювання цієї галузі відображена у розробленій нормативно-законодавчій базі. Водночас, необхідно збільшити кількість засобів розміщення різних категорій з чіткою диференціацією у спеціалізації пропонуванних послуг гостинності, вдосконалити управління готельними підприємствами в умовах динамічного соціально-економічного простору та розширення туристичної діяльності, покращити якість готельних послуг, ефективність маркетингу і взаємодії на туристичному ринку сучасних готелів, на державному рівні максимально підтримувати формування національних готельних ланцюгів, які впроваджують нові стандарти готельного сервісу, єдині підходи організації управління.





# Список використаних джерел

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання України, 2002. - 351с.
2. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. - К.: ВИРА-Р, "Альтерпрес", 2001. - 208 с.
3. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: Навчальний посібник. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 311с.
4. Мальська М. Основи туристичного бізнесу: Навч. Посібник. – Б. М.: Центр навчання л-ри, 2004. 270с.
5. Ореховська, І. Д. Козлянюк та ін.; За ред. І. М. Школи. - Чернівці: Зелена Буковина, 2003. - 661с.
6. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту: Навч. пос. – К.: Кондор, 2005. – 408с.
7. Єфремова М. В. Основи технологи туристского бизнеса. Учебное пособие. – М.: Издательство "Ось - 89", 1999. – 192с.



*Дякую за увагу*

