

або тільки підприємства, тому в подальшому варто систематизувати фактори, які приведуть до покращення рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємств, визначити рівень їх впливу, що сприятиме підвищенню рівня оцінки економічних успіхів держави, а визнання її економіки конкурентоздатною – буде свідчити про високий статус її підприємств.

1. Шнилко А. С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації: [монографія] / А. С. Шнилко; НАН України. – К., 2003. 2. Воронкова А. Е. Моделювання управління конкурентоспроможністю підприємства: еколого-організаційний аспект / А. Е. Воронкова. –

Луганськ, 2005. 3. [Електронний ресурс] / Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>. 4. Грозна В. В. Підвищення конкурентоспроможності економіки України як передумова співробітництва з ЄС / В. В. Грозна // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 11. 5. Купринюк С. М. Оцінка конкурентоспроможності економіки: Україна у міжнародних рейтингах / С. М. Купринюк // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 1. 6. Петруня Ю. Чинники змін конкурентних умов у підприємницькій діяльності / Ю. Петруня, С. Крук // Економіка регіонів. – 2000. – № 7. 7. Спіріна М. В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства / М. В. Спіріна // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 8.

Надійшла до редколегії 19.10.2010

О. Давидова, асп.

## ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ У КОНТЕКСТІ ПРОВЕДЕННЯ ЄВРО-2012

*Досліджено теоретичні підходи до визначення поняття "гостинність". З'ясовано сутність поняття "індустрія гостинності" як системи і описано її елементи. Виявлено особливості розвитку готельного та ресторанного бізнесу як основних складових індустрії гостинності. Розглянуто рівень підготовки українських міст, в яких буде проводиться Чемпіонат з футболу Євро-2012.*

*The theoretical approaches for determination "hospitality" are investigated. The features of development a hotel and restaurant industries are exposed. The level of preparation of cities in which will be conducted Championship on football of Euro-2012 is considered.*

**Постановка проблеми.** З точки зору системного підходу можна стверджувати, що індустрія гостинності – це система, що складається з відповідних елементів, які знаходяться між собою у стійких взаємовідносинах та взаємозв'язках і забезпечують їй ефективне функціонування і розвиток. До її складових ми можемо віднести: готельне господарство (готельний бізнес), яке налічує значну кількість підприємств (готелів, мотелів, кемпінгів та ін.), що розраховані на певну кількість клієнтів та забезпечують відповідний рівень обслуговування з урахуванням їх платоспроможності; ресторанний бізнес (мережі ресторанів, кафе, заклади швидкого харчування та інші заклади громадського харчування); туристичний бізнес (туристичні фірми); транспортні підприємства (аеропорти, залізниці, автомобілі та ін.), які надають транспортні послуги різного роду перевезень; медичні заклади, які можуть надавати необхідну медичну допомогу; спортивні споруди (спортивні комплекси, басейни, тренажерні зали), які дозволяють підтримувати гарну фізичну форму людини; соціально-культурні заклади (музеї, виставкові центри, театри, концертні зали, бібліотеки та ін.), що переймаються задоволенням духовних потреб людини.

У процесі історичного розвитку індустрії гостинності в ній формується усталена практика відносин між суб'єктами, обумовлена традиціями і звичаями національної культури і бізнес-культури. Готельна індустрія виступає ключовим елементом розвитку індустрії гостинності загалом і туристичного бізнесу зокрема. В Україні кількість туристів з року в рік зростає, але попит на якісні туристичні послуги поки задовольнити повною мірою неможливо. В першу чергу, це пов'язано з нерозвиненістю вітчизняної туристичної інфраструктури; недостатньою рекламою України закордоном як країни, що є привабливою для туристів, а також для проведення різноманітних заходів; спадом інвестиційної активності з другої половини 2008 р., зумовленою дестабілізацією валютного ринку та нестабільністю у всіх галузях економіки. Така ситуація склалася через зростаючий попит на послуги в галузі готельної індустрії й одночасний дефіцит пропозицій у цій же сфері.

Готельний бізнес – це вид діяльності, орієнтований на клієнта, який впливає на розвиток туристичної галузі. Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років індустрія гостинності стала тією галуззю національної

економіки, яка без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва готельних послуг. Готельний бізнес в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкового механізму, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного тимчасового проживання, відпочинку й оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави. Незважаючи на те, що багато компаній скорочують бюджет і відмовляються від відряджень, ринок готельних послуг знаходиться у стадії розвитку. Особливо його поживлення актуальне у контексті підготовки до Чемпіонату Європи з футболу в Україні та Польщі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значна кількість вітчизняних та зарубіжних учених приділяли свою увагу дослідженню особливостей та перспектив розвитку готельної індустрії в Україні. Зокрема, В. Цибух у своїх наукових дослідженнях (наприклад, [3]) окреслював глобальні тенденції та регіональні особливості розвитку туризму в Україні. С. Біроус у своїй праці [2] визначила організаційно-економічне забезпечення розвитку туризму в переддень проведення футбольного чемпіонату. Ю. Волков розглядав особливості ведення готельного та ресторанного бізнесу. І. Школа [4] розглядав особливості процесів виробництва та реалізації готельних послуг.

Готельно-ресторанний бізнес в Україні має певні особливості, пов'язані з характером праці в готельній індустрії, видом послуг, структурою продукту, співвідношенням попиту і пропозиції, формами продажу. Сьогодні індустрія гостинності як сукупність підприємств сфери обслуговування та інших організацій працює в умовах жорсткої конкуренції, відвоюючи як національний ринок, так і виходячи на міжнародні ринки.

Цим пояснюється важливість і актуальність теоретичних досліджень та аналізу практики готельно-ресторанного бізнесу в Україні, необхідність більш ретельного висвітлення основних досягнень індустрії гостинності, перспектив її розвитку в Україні.

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** Україна з перших днів незалежності впевнено стала на шлях створення власної індустрії гостинності, проголосивши туризм як один з ключових її елементів пріоритетною галуззю розвитку економіки. Ство-

рення сучасної індустрії туризму неможливо без підприємств готельного й ресторанного господарства, які сприяють задоволенню таких першочергових потреб туристів, як проживання та харчування.

Останніми роками спеціалісти з нерухомості стали активно розвивати свої проекти у торговельній та офісній сферах, оскільки вони забезпечують більшу дохідність. Готельний же сегмент ринку має більш тривалі терміни окупності, приблизно 7–8 років, тому інвестори меншою мірою мали інтерес до нього. Крім того, готель – важкий у реалізації проект, який потребує лише 2–4 роки введення в експлуатацію. Тому готелі будували або коли функціональне значення ділянки було чітко зафіксовано, або з метою диверсифікації ризиків проекту – будували у складі багатофункціональних комплексів.

Більшість дослідників вважає, що ринок готельних послуг України знаходиться на початковій стадії розвитку. У країні знаходиться 1300 об'єктів готельного типу, більша частина з них реконструйовані будівлі 1970–1980-х рр. Світове готельне господарство нараховує 350 тис. готелів. Це більш ніж 15 млн номерів, при цьому їх кількість зростає щорічно на 3–4 % [8].

Основним призначенням ресторанного господарства є забезпечення населення кулінарною продукцією та організація високого рівня обслуговування відповідно до його потреб. Прибутковість закладів ресторанного господарства в період трансформації ринкових відносин стала основною метою діяльності підприємств. Вплив зовнішніх факторів призвів до того, що більше половини підприємств ресторанного господарства в Україні є збитковими. Українським рестораторам доводиться враховувати національні особливості – низьку купівельну спроможність більшої частини населення, відсутність налагодженої системи постачання, дефіцит висококваліфікованого персоналу.

Тому досить важливе значення для України відіграє чемпіонат Євро–2012, оскільки велика кількість гостей матиме нагоду скористатися послугами готелів та ресторанів, а їх власники – можливість отримати досить значний прибуток.

**Формулювання завдань та цілей статті.** Метою статті є визначення сутності "індустрії гостинності" як системи та аналіз сучасного стану і перспектив розвитку її ключових складових – готельного й ресторанного бізнесу напередодні проведення Євро–2012.

**Виклад основного матеріалу.** На сучасному етапі розвитку суспільства позитивний міжнародний імідж будь-якої держави свідчить про її економічну та політичну силу, процвітання та високий рівень культурного розвитку і є показником авторитетності й успішності дій тої чи іншої країни на світовій арені. З огляду на це, формування іміджу країни є стратегічним завданням керівництва всіх держав світу. На початку XXI ст. туристичний бізнес визначається як один із видів економічної діяльності, що стрімко і динамічно розвивається, випереджаючи за темпами зростання доходів нафтовидобуток і автомобілебудування. Це галузь, яку називають "куркою, що несе золоті яйця", адже сфера гостинності є провідним чинником і базою туризму [4, с. 302].

Гостинність як науковий термін визначається системою заходів та порядком їх здійснення щодо задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей туристичних підприємств, їх запобігливого обслуговування, надання низки послуг.

Перша згадка про заклади гостинності були виявлені за часів Античності, у стародавніх манускриптах – у знаменитому кодексі законів царя Вавилонії – Хаммурапі (1700 р. до н.е.). Одні вчені вважають, що слово "гостинність" походить від старофр. – "ospis" – "дім, що приймає подорожуючих"; інші – від англ. "hospitālis", що власне означає "гостинність". "Гостинці" – так називали в античності людей разом з їх сімейством, що надавали прийом гостей у своєму домі. З ними укладалися угоди про взаємну допомогу, дружбу і захист. З розвитком торгівлі та пов'язаних з нею подорожей постала необхідність в організації для подорожуючих місцьночівель. На Європейському континенті за часів Карла Великого (VIII ст.) було створено спеціальні доми для притулку мандрівників. Одним з перших готелів Європи був "Готель Генріха IV", побудований у 1788 р.

Розвиток підприємств гостинності XIX ст. пов'язаний з розвитком туризму. На узбережжях морів, близько джерел із мінеральною водою почалось будівництво великих та маленьких готелів. Бурхливий розвиток готельного господарства продовжився в XX ст. Цьому сприяло різке якісне та кількісне збільшення автомобільного, авіаційного та залізничного транспорту, пошвавлення торгових, культурних, науково-технічних та спортивних контактів між країнами [1, с. 224].

Туризм сьогодні – це сфера соціально-економічного комплексу, яка в багатьох країнах перетворилася на індустрію, що бурхливо розвивається. У даний час кожне 7-е робоче місце у світі припадає на туристичний бізнес. Нині існує низка рейтингів, які оцінюють успішність брендів країн. Найвідомішим з них є Nation Brand Index, запропонований Саймоном Анхольтом – всесвітньо визаним авторитетом в галузі вивчення брендів країн, регіонів і міст.

У своїй моделі оцінки С. Анхольт пропонує такі фактори бренду країни:

– *туризм* (означає загальний інтерес до країни, туристичні принади – природні та рукотворні);

– *люди* (цей фактор розглядається у двох контекстах: люди як потенційні робітники – тобто чи наняли ви б на роботу працівника цієї національності; люди як потенційні друзі – тобто наскільки гостинним є населення країни);

– *культурна спадщина* (фактор, який відображає ставлення світу до національної спадщини країни, її значення для розвитку світової культури);

– *експорт* (відображає сприйняття товарів та послуг, які виробляє країна: уникають споживачі її продуктів чи навпаки намагаються користуватися продукцією цієї країни);

– *управління* (ставлення громади до керівників держави, рівень довіри до політиків, дотримання людських прав і свобод, розв'язання проблем планетарного масштабу, наприклад, боротьба з бідністю, охорона довкілля тощо);

– *інвестиції та імміграція* (полягає у виявленні наявності чи відсутності бажання жити і працювати в певній країні, визначенні того наскільки цінується здобута в ній освіта, і який економічний стан країни).

Отже, як ми бачимо, туризм є однією зі складових при оцінці бренду країни, що свідчить про його вагомий внесок у це поняття.

За вищезазначеними критеріями розробляються твердження і проводиться опитування (зазвичай у 20

розвинутих державах і країнах, що розвиваються). Близько 1000 онлайн-користувачів у кожній державі мають погодитись чи не погодитись із твердженням про ту чи іншу країну. Твердження, які пропонують

респондентам, покривають шість зазначених категорій. У 2008–2009 рр. цей рейтинг мав такий вигляд (див. табл. 1 [10]).

**Таблиця 1**

**Індекс бренду нації С. Анхольта в 2008–2009 рр.**

Місце в рейтингу	Роки	
	2008	2009
1	США	Німеччина
2	Франція	Франція
3	Німеччина	Великобританія
4	Великобританія	Канада
5	Японія	Японія
6	Італія	Італія
7	Канада	США
8	Швейцарія	Швейцарія
9	Австралія	Австралія
10	Іспанія, Швеція	Швеція

Поштовхом для розвитку індустрії гостинності у світі є проведення Олімпіад, Чемпіонатів, Фестивалів, Олімпійських ігор. Для України проведення Євро–2012 є іміджевим проектом, рекламою країни, а не можливістю швидко заробити. Подібні заходи є роботою на перспективу, які принесуть країні як геополітичні, так і інвестиційні дивіденди, приваблюючи іноземних туристів.

Важливим фактором розбудови індустрії гостинності в СРСР (і в м. Києві зокрема) стало проведення Олімпіади-80. Напередодні московської Олімпіади, готельне господарство СРСР нараховувало 7000 готелів, загальною місткістю 700 тис. місць. Одним з найбільших готелів СРСР був комплекс "Ізмайлово", розрахований на 10 тис. місць [1, с. 224].

Офіційно термін "гостинність" було введено у 1982 р. на конференції національних асоціацій готелів і ресторанів Європейської Економічної Співдружності (ЄЕС). За визначенням практиків туристичної галузі, індустрія гостинності – це система заходів, що забезпечує високий рівень комфорту, задовольняє різноманітні побутові та господарські запити гостей, їх сервіс.

Таким чином, індустрія гостинності представляє сукупність суб'єктів (організацій, підприємств, фірм, комплексів) на ринку, які, надаючи відповідні послуги з розміщення, харчування і обслуговування, задовольняють потреби споживачів (клієнтів) даних послуг.

За даними ВТО, середнє завантаження (коефіцієнт завантаження – відношення кількості зайнятих до загальної кількості місць) у готелях світу складає 65–70 %. Майже половина готельного фонду у світі (49 %) розміщена в Європі, тоді як готельний фонд в Україні складає лише 0,85 % від європейського [4, с. 302].

Більшість високо розрядних готелів об'єдналися у готелі-ланцюги. У Західній Європі функціонують понад 30 готельних ланцюгів: Аккор (Франція), Групо Сіль (Іспанія), Форте (Великобританія), Скандик Хоутелз (Швеція), Джоллі (Італія), Шератон (США) та ін.

Світова готельна індустрія пережила справжній бум у ювілейному 2000 р. та утримує темпи зростання кількості туристів і надходжень від готельної діяльності і сьогодні. Це зумовлено ще й тим, що в його основі лежить задоволення постійних прагнень людства пізнати навколишній світ, що уможливило підвищення в багатьох країнах добробуту, життєвого рівня населення, ро-

звитку транспорту, інформаційних та інших технологій і забезпечуватиме економічне зростання у XXI ст.

В Україні найбільш активно готельна індустрія розвивається у м. Києві, де зосереджено 150 об'єктів із загальною кількістю номерів 9,2 тис., а також у великих індустріальних містах країни (Дніпропетровську, Харкові, Донецьку), та у рекреаційних зонах (Криму, Карпатах тощо). Показник забезпеченості готельними номерами у м. Києві складає 6–7 місць на 1 тис. жителів, що далеко від європейських стандартів. Наприклад, у Відні цей показник складає 26 місць на 1 тис. жителів, у Парижі – 35. У нашій країні попит перевищує пропозицію, а тому у святкові дні важко знайти вільні місця у таких регіонах як АР Крим та Карпати.

Отже, назріла потреба збільшувати номерний фонд готелів. Особливо актуально це для міст, в яких буде проводитися Євро–2012. Якісна підготовка прийому гостей чемпіонату дозволить підвищити туристичну привабливість країни у довгостроковій перспективі, на чому наголосив і Президент Міжнародної федерації футболу Мішель Платіні, який сказав, що: "Це шанс для українців показати себе всьому світу з позитивної сторони і суттєвий поштовх для економічного розвитку країни".

У червні 2010 р. комісія УЄФА визначила міста, в яких буде проводитися Чемпіонат з футболу – це Київ, Донецьк, Дніпропетровськ, Львів, але до списку високого ризику при підготовці до Євро–2012 потрапили Дніпропетровськ та Донецьк, де інвестори остерігаються будувати великі готельні комплекси, оскільки після Чемпіонату не буде їх наповнюваності, а отже, й окупності [8].

Привабливість готельного сектора м. Києва не викликає сумнівів. Особливістю цього сектору є орієнтація на європейські сервісні стандарти і стрімкий перехід до них. Популярність Києва як центра туризму зростає, що дає поштовх до розвитку готельних комплексів. Відбувається будівництво невеликих за місткістю готелів та готелів на 200–400 номерів [9].

Нині столиця України може прийняти 16 тис. туристів. Відповідно до потреб УЄФА при проведенні Чемпіонату з футболу Євро–2012 потреба м. Києва в готельних комплексах до 2012 р. за даними КМДА представлена в табл. 2 та 3.

**Таблиця 2**

**Потреба м. Києва в готельних комплексах при проведенні Євро–2012\***

Готелі	Кількість номерів
4–5 зірок	2815
2–3 зірки	3000
Інші	200000

\*Розроблено автором на основі даних КМДА.

Таблиця 3

## Стан номерного фонду м. Києва, придатного для УЄФА\*

Готелі	Номерний фонд м. Києва, 2010 р.	Планується увести в дію у 2011 р.
5 зірок	800	1521
4 зірки	1520	2219
3 зірки	3415	1306
2 зірки	–	121
Інші	4235	8056

\*Розроблено автором на основі даних КМДА.

Спробуємо оцінити стан підготовки до Чемпіонату інших заявлених УЄФА міст України. Так, Донецька Міськрада схвалила проекти будівництва одного п'ятизіркового, двох чотирихзіркових та двох трьохзіркових готелів, в яких зможуть поселитися 1300 гостей футбольного свята. Тільки 4 із 14 готелів, необхідних до Євро-2012, мають потенціальних інвесторів. Вихід з даної ситуації, що склалася із будівництвом готелів, влада вбачає у наступному: як житло під час проведення Чемпіонату пропонують скористатися квартирами та домами жителів міст на умовах пансіону. Подібний варіант для туристів буде значно дешевшим, ніж готельні номери.

Згідно з вимогами УЄФА, у Дніпропетровську до відкриття футбольного чемпіонату в 2012 р. має бути приблизно 2000 готельних номерів; необхідно реконструювати 9 та побудувати 21 готель. Мегаполіс повинен мати 1567 п'ятизіркових, 1335 чотиризіркових та 175 тризіркових номерів.

За наявністю п'ятизіркових готелів Львівщина готова на 75 %, чотирихзіркових – на 98 %. Також представлені проекти реконструкції чотирихзіркових готелів "Львів-Львів", "Дністер" та "Опера", які після реконструкції підвищать категорію до п'яти зірок. Згідно з вимогами УЄФА у Львові до проведення Євро-2012 має бути 1500 місць у п'ятизіркових готелях; 1300 – у чотирихзіркових. На теперішній час на стадії будівництва і реконструкції перебуває 8 готелів. Очікується, що після Чемпіонату потік туристів у місто зросте на 30–40 %. Зараз наповнюваність львівських готелів сягає 75 %, тоді як в Європі наповнюваність складає 35–45 % [8].

Проблема будівництва нових готелів пов'язана із низкою невирішених питань. Готельний бізнес потребує значних довгострокових інвестицій. Будівництво комплексів під Євро-2012, які у подальшому не будуть використовуватися у повному обсязі – є збитковим. Саме тому активний розвиток готельного сектору потребує розвитку туристичної галузі. Згідно із Законом для розвитку готельного бізнесу в Україні представники отримають до 2021 р. преференцію у вигляді нульової ставки податку на прибуток для всіх готелів, що будуватимуться в країні [9].

Іншим елементом індустрії гостинності виступає ресторанна діяльність, яка є одним з ризикових видів бізнесу, оскільки 50 % нових закладів харчування банкрутують на першому році свого існування, за два роки – 65 % і лише один заклад харчування з десяти доживає до 5 років.

Галузь громадського харчування отримує стрімкий розвиток ще у ХХ ст., що було пов'язано з багатьма чинниками: значне збільшення кількості працюючих жінок, випадків розлучень, значне зростання туризму, збільшення доходів населення, що вплинуло на появу нових типів підприємств громадського харчування: ресторани швидкого обслуговування, ресторани, що пропонують найрізноманітніші національні кухні тощо. Величезну популярність набули ресторани швидкого обслуговування: Швидко, "Кофе Тайм", "Папа Джон", "Дрова", McDonalds, Pizza Hut, Domino, Red Lobster та ін.

Заклади харчування створюють умови для досягнення суспільних цілей розвитку туризму. У ресторанах зустрічаються та знайомляться люди з різних країн, тут створюється сприятливе оточення для взаєморозуміння, корисних, ділових контактів, розвитку громадського та культурного життя. Підприємства ресторанного господарства, в готелях сприяють залученню до обігу частки доходів туристів із різних регіонів.

Згідно із Постановою, до ресторанного бізнесу може бути застосована нульова ставка податку на прибуток. Протягом п'яти років усі точки громадського харчування в Україні будуть звільнені від цього обов'язкового платежу. Цей закон буде діяти у чотирьох областях України, в яких буде проходити Чемпіонат. Згідно із Концепцією організації розміщення гостей та учасників фінальної частини Чемпіонату з футболу Євро-2012 припускається проживання у курортно-рекреаційних закладах, студентських гуртожитках, на річкових та морських круїзних судах, а також у закладах сільського туризму [9].

Наступна проблема туристичного характеру в умовах підготовки до чемпіонату – брак спеціалістів середньої та нижчої обслуговуючої ланки, недостатня кількість працівників із знанням іноземних мов, нестача кваліфікованих гідів та екскурсоводів.

Оскільки вболівальниками, що відвідають нашу країну є молодь, прийнято рішення цілеспрямовано готувати до Євро-2012 студентів 1–2 курсів відповідних навчальних закладів. Основна підготовка відбудеться у 2010 р., тому що дозволи на практичну діяльність екскурсоводам і гідам видаються терміном на три роки. Долучаться до Чемпіонату Європи волонтери, котрі активно вивчатимуть іноземні мови, це ж стосується і працівників чотирих-п'ятизіркових готелів, де не обійтися без володіння кількома мовами.

Згідно із Державною цільовою програмою з підготовки до проведення Чемпіонату передбачено забезпечення підготовкою та перепідготовкою стюардів, робітників сфери обслуговування, медичних працівників, а також працівників правоохоронних сил. На це заплановано виділити до 2012 р. 10 млн грн. На основних європейських мовах планується вихід рекламної інформаційної продукції про Україну (на це передбачено 65 млн грн [7]).

Крім задоволення головної мети туристів, які приїдуть до України на чемпіонат з футболу Євро-2012 – відвідування футбольних матчів, організатори турніру повинні забезпечити їм можливість познайомитися із країною. Тому слід розробити та відпрацювати на основі пробних турів комплекси екскурсійних програм, які б поєднували в собі ознайомлення з країною та відвідування матчів їх національних збірних. За даними Міністерства культури і туризму, розроблено 3–12 годинні та дводенні тури по регіонам України, підготовлено 105 основних маршрутів, з них особливу увагу приділено екскурсіям по Київщині, Донеччині, Львівщині, Харківщині. Нині розробляються близько 20 маршрутів, які об'єднують усі регіони країни – у кожному будуть застосовуватися аудіо-екскурсії.

Напередодні проведення Євро–2012 в Україні впроваджується у національному масштабі система он-лайн бронювання туристичних послуг. У всьому світі обсяги таких послуг щорічно зростають (до 90 % у середньому). За словами президента Всеукраїнської молодіжної туристичної асоціації О. Файніна, в Україні працює лише кілька систем, що належать іноземним компаніям. Хоча вже запущені й кілька вітчизняних систем бронювання, що працюють у режимах "миттєве підтвердження" й "резервація на замовлення", пропонуючи бронювання турів, місць у готелях, квитків на заходи Євро–2012 [6].

Пропонується проведення вікторин для шанувальників футболу в он-лайн режимі, щоб встановити контакти із гостями різних регіонів України, Польщі та Європи загалом. Переможцям буде оплачено тур на Чемпіонат до України.

**Висновки.** Гостинність є найважливішим елементом соціальної сфери, що відіграє важливу роль у підвищенні ефективності суспільного виробництва та зростанні життєвого рівня населення. Індустрія туризму представляє собою систему взаємопов'язаних сфер діяльності, до яких відносять забезпечення проживання в готелях визначеної категорії та харчування, рекреаційне, транспортне та екскурсійне обслуговування, надання послуг.

**Перспективи подальших розробок у цьому напрямку.** Головною ланкою в системі обслуговування туристів є рівень надання послуг. Оскільки саме туристичні послуги складають значну частину, то особливо увагу при підготовці Чемпіонату з футболу приділено готельній та ресторанній індустрії у містах Київ, Дніпропетровськ, Донецьк, Львів.

Проведення Чемпіонату з футболу вирішить низку питань, що сприятиме розвитку української туристичної галузі, а саме, відбудеться розвиток ринку нерухомості; буде оновлено і збільшено вітчизняний готельний фонд за рахунок побудови нових та реконструйованих об'єктів; підвищиться рівень обслуговуючого персоналу, покращиться стан ресторанного господарства країни.

1. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К., 2007. 2. Білоус С. Організаційно-економічне забезпечення розвитку туризму в переддень Євро–2012 / С. Білоус // Вісник Львів. – 2008. – № 24. 3. Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості / [редкол.: В. І. Цибух (голова) та ін.]. – К., 2006. 4. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. / [І. М. Школа, Т. М. Ореховська, І. Д. Козьменко та ін.]; за ред. проф. І. М. Школи. – Чернівці, 2005. 5. Быть или не быть гостиничной индустрии в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.socmart.com.ua/news/ukraine/read/3693>. 6. Всеукраїнська молодіжна туристична асоціація "Молодіжний туризм та готелі України" [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.youthtour.org.ua/index.php?lang=ua&mode=magazine>. 7. Готовность украинских гостиниц перед Евро–2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.komitet12.org.ua/2010-03-01-21-28-17/139--2012>. 8. Евро–2012: что нам стоит гостиницы построить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.etag.com.ua/article/268.html>. 9. [Электронный ресурс] // Офіційний портал Київської міської влади. – Режим доступа: <http://www.kmv.gov.ua/print/news.asp?id=196902>. 10. Nation Brands Index 2009: an Analysis [Electronic resource]. – Access mode to a resource: <http://nation-branding.info/2009/10/10/nation-brands-index-2009-analysis>.

Надійшла до редколегії 07.09.2010

Г. Кочедикова, асп.

## ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОБЛЕМИ ТА ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ

*У статті проведено аналіз інвестицій в Українську енергетику за останні роки, розглянуто основні варіанти джерел фінансування електроенергетики України та зазначено основні групи фінансування енергозберігаючих проєктів.*

*The article analyzes the investment in the Ukrainian energy sector in the recent years; the paper considered the main options for financing the electricity in Ukraine and identifies the main groups of financing energy efficiency projects.*

**Постановка проблеми.** Основними чинниками кризи української енергетики є: наявність великої частки фізично і морально застарілого обладнання, протидія громадськості та місцевих органів влади розміщенню об'єктів енергетики з міркувань екологічної безпеки. У зв'язку з цим усім галузям паливно-енергетичного комплексу (ПЕК) потрібні принципово нові технології, а також масштабні інвестиції в реконструкцію, модернізацію і розвиток енергетичного сектору. Реалізація планів модернізації та розвитку ПЕК вимагає реальних джерел, схем та інструментів залучення інвестицій, а також збільшення частки галузей ПЕК у загальних капіталовкладеннях.

У сфері енергозбереження однією з найважливіших цілей уряду України є забезпечення фінансування. Приватний капітал тут має велике значення, оскільки бюджетний фонд дуже обмежений. У такій ситуації переважною функцією уряду є не стільки фінансування, скільки створення умов щодо впровадження енергозбереження. Для цього необхідно запровадити основні інноваційні проєкти, джерела фінансування яких відобразять подальший розвиток та функціонування електроенергетичної галузі та ефективності енергозбереження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Упровадженням інноваційних проєктів (ІП) у галузі електроенергетики активно займаються багато міжнародних та вітчизняних інституцій, які здійснюють фінансування, інформаційне ознайомлення, розроблення практичних механізмів. Проблемами енерго-ефективності займаються такі вчені та практики: І. Андрійчук, С. Головка, Л. Гаманюк, М. Демченко, В. Задорський, С. Кирик, Г. Козоріз, Ю. Костін, В. Ма-малига, В. Миколаєнко, Б. Морозіянець, В. Пархо-

менко, М. Рубан, А. Романов, М. Стрелков, О. Стрємоухова, Д. Федосенко, А. Чопик, В. Яцьків та ін. Проєктному фінансуванню присвячено роботи українських учених Т. Косової [1], В. Кучеренка [2]. Особливу увагу цим питанням приділяють державні установи, зокрема Міністерство палива та енергетики України [3].

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** Аналіз публікацій з даної тематики показує, що існуючі механізми забезпечення проєктного фінансування інвестиційної діяльності не дозволяють достатньою мірою враховувати специфічні особливості електроенергетичної галузі. Вказана обставина суттєво обмежує коло потенційних інвесторів і знижує ефективність фінансування, що залучаються для реалізації інвестиційних проєктів у розвиток енергозбереження.

**Формулювання завдань та цілей статті.** У зв'язку з вищевикладеним, метою статті є аналіз інвестування енергетики України, визначення проблем застосування фінансування інвестиційних проєктів енергозбереження. Для досягнення мети були поставлені й вирішені наступні завдання: розкрити основні джерела фінансування інвестиційних проєктів, визначити основні групи енергозберігаючих проєктів.

**Виклад основного матеріалу.** Протягом минулих років фінансування інвестиційних проєктів у галузях ПЕК здійснювалося головним чином з державного бюджету. Пряме фінансування не може вважатися ринковим механізмом і є недостатнім джерелом інвестування. Тому сьогодні усвідомлено необхідність стимулювання самостійного залучення компаніями інвестиційних коштів.