

- О. В. Панкова, В. І. Стафійчук. – К.: «Альтерпрес», 2007. – 369 с.
6. Хмельниччина туристична: історико-культурні, природно-географічні та економічні аспекти розвитку: колективна монографія [кол. авторів; за ред.: С. А. Копилов (гол. ред.), С. Е. Баженова (наук. ред.)]. – Кам'янець-Подільський: Кам.-Под. нац. ун. ім. Івана Огієнка, 2015. – 192 с.

Summary. Defenition «recreation resources» and «natural recreation resources» were analyzed. Geological resources of Khmelnytska region were investigated. Solids of geological periods, which occur in Khmelnytska region were investigated.

Key words: geology, geological resources, natural recreation resources, Tovtrovyi Edge, Smotrych canyon.

УДК 338.482.025.27.:3399«20»

Опря Б.О.,

к.і.н., старший викладач кафедри туризм і готельно-ресторанної справи Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, м. Кам'янець-Подільський

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В ТУРИЗМІ

У статті проаналізовано особливості процесу індустрії гостинності та здійснено теоретичне осмислення комплексних програм розвитку туристичних регіонів. Запропоновано загальні тенденції на яких варто сконцентрувати увагу для розвитку індустрії гостинності в сучасних умовах.

Ключові слова: індустрія гостинності, туристична дестинація, готель, туристична галузь, регіон.

Актуальність. Туристична галузь є одним з доступних засобів пізнання оточуючого світу, його визначних місць і культурної спадщини. Поняття туризму і гостинності не можна розглядати окремо один від одного. Гостинність – це одне з понять цивілізації, яке завдяки прогресу перетворилося на сучасну індустрію, в якій працює велика кількість професіоналів. Індустрія гостинності включає в себе різні сфери діяльності людей – відпочинок, розваги, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, екскурсійну діяльність, організацію виставок та проведення різних наукових конференцій. Індустрія гостинності – це комплексна сфера діяльності працівників, що задовольняють будь-які запити і бажання туристів.

Аналіз останніх досліджень. Сучасна індустрія гостинності на

сьогоднішній день викликають значний інтерес та є предметом дослідження таких науковців як М. Мальська, О. Розметова, Т. Мостенська, Т. Влодарчик, Г. Круль, В. Романов, Д. Єлканова, Є. Сорокіна, Д. Осіпов, Дж. Уокер та ін., однак дана тема не втратила своєї актуальності та потребує подальшого дослідження.

Тому **метою статті** є визначення головних сучасних тенденцій індустрії гостинності в туристичній галузі.

Виклад основного матеріалу.

Сучасні тенденції розвитку туризму визначають необхідність запровадження комплексних програм розвитку туристичних регіонів (дестинацій) і сприяння залученню різних вікових категорій споживачів в дестинації за допомогою інформаційних технологій та систем.

Туристична дестинація володіє певними об'єктами, котрі представляють значний туристичний інтерес (природні та антропогенні ресурси), пропонує різні послуги для туристів, як основні так і додаткові. Успішне функціонування дестинації можливе за умови розвитку транспортної інфраструктури, об'єктів побутового призначення, інфраструктури об'єктів харчування і відділів охорони здоров'я; систем сервісу і надання споживачам готельного продукту на рівні міжнародних стандартів якості по цінам відповідним надаваним послугам; модернізації, автоматизації управління готельним господарством, інвестиційною і інноваційною складовою розвитку технологічних процесів, функціонування інформаційних систем; підготовка кадрового складу для надання послуг в рамках готельного підприємства та екскурсійної діяльності – перша тенденція носить локальний характер розвитку індустрії гостинності та туризму [1].

Друга тенденція визначає локальний і світовий характер розвитку туризму. В першу чергу варто підвищувати конкурентоздатність туристичної індустрії України в умовах глобальної конкуренції обумовленої різними причинами, серед яких можна виділити: перетворення туризму в глобальне соціально-економічне явище, котре впливає на економіку десятків країн, та виступає її стабілізуючим фактором; здатність туризму перетворювати географічне розташування країни і її природно-кліматичні ресурси, культурні, історичні та визначні пам'ятки в конкретні переваги перед іншими регіонами світу; поява дякуючи туризму, нових робочих місць, внаслідок чого підвищується і рівень життя працівників [2].

Такий напрямок дозволить розвивати регіон в частині надання робочих місць, забезпечення зайнятості населення та здатності концентрації населення в даному регіоні, зменшуючи їх переїзд у великі міста, що буде свідчити про планомірний розвиток економічної і соціальної політики держави, а також соціальної сфери і сфери послуг в тому числі. Опіраючись на законодавчу базу і правовий механізм з'являється можливість підтримувати в конкретному регіоні напрямок

розвитку туристичної діяльності; здійснювати захист законних інтересів і прав туристів; надавати інформаційну підтримку на просування туристичного і готельного продукту, як в середині регіону, так і за його межами; здійснювати захист заповідних зон в яких дозволено проведення екскурсій; розвивати кадрову базу спеціалістів сфери туризму; підтримувати всі форми бізнесу і підприємництва в сфері гостинності і туризму [3].

Узагальнивши тенденції розвитку туризму логічно визначити деякі фактори на котрих варто сконцентрувати увагу: позиціонування та просування туристичного потенціалу і ресурсів на основі інформаційних технологій, рекламних і PR кампаній, просування інформації в ЗМІ, на регіональних і міжнародних туристичних виставках; розробка програм внутрішнього, в'їзного і виїзного туризму; проведення політики, основаної на залученні інвестицій, направлених на створення інфраструктури туризму; пріоритетний напрямок політики регіонів по створенню робочих місць для усіх верств населення, тобто туризм буде позитивно впливати на сферу зайнятості; підготовка кваліфікованих кадрів; апробація бізнес-досвіду регіонів і зарубіжних країн по технологіям і формам просування туристського продукту до кінцевого споживача.

Індустрія гостинності розвивається також під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. До зовнішніх факторів відносяться: політико-правові, безпека подорожей, економічні і фінансові, культурні, інфраструктурно-комунікаційні, демографічні, розвиток торгівлі, нові і новітні технології. На ефективність роботи готельного господарства впливають наступні фактори: економічні, соціально-економічні – розподіл населення по рівню доходів, рівню освіти, стилю життя, вікової структури, співвідношення міського і сільського населення, інфраструктура, рівень злочинності, розвиток туризму [4].

Поняття «індустрія гостинності» є більш широким ніж поняття «індустрія туризму». В основі цих двох сфер діяльності лежить поняття «гостинність», тобто щедрість і дружелюбність по відношенню до гостей. Іншими словами, дане поняття можна пояснити як виробництво послуг з проявом персональної уваги стосовно туриста та здатність відчувати його побажання та потреби [5].

Потреба виживання малих і середніх закладів готельного типу, сформувала основні тенденції розвитку підприємств індустрії гостинності.

Серед них варто визначити поглиблення спеціалізації готелів. Посилення спеціалізації готельного бізнесу дозволяє більш чітко орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак та сформувати вузький перелік послуг (наприклад, готель зорієнтований на клієнтів, які беруть участь у конференціях, конгресах).

Наступною тенденцією є диверсифікація готельного підприємства,

котра визначається розширенням послуг за рахунок раціонального використання ресурсів. Сучасні готельні підприємства диверсифікують як окремі послуги (пропонують клієнтові згідно попиту та ціни найбільш прийнятний йому варіант) так і водночас інформують про нові форми діяльності в цьому виді сервісу (сьогодні обов'язковими є розважальні, спортивні, оздоровчі послуги, послуги гастрономічних закладів тощо) [6, с. 33].

Ще однією важливою тенденцією є персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитих і потребах клієнтів. У дорогих готелях для цих цілей створюються карти постійних клієнтів, у яких збирається інформація про їхні смаки, уподобання та звички. Така база даних дозволяє попереджати бажання гостей. В сьогоденному світі з'явилося покоління подорожуючих, котрі не лише мандрують, а й шукають більш високого рівня відпочинку. Останні є досить досвідченими туристами та більш вимогливими до якості індустрії гостинності і туризму, котрим складніше догодити [7].

Наступною тенденцією є розвиток мережі малих готельних підприємств в індустрії гостинності. Даний процес спричинили різні обставини, як історичні події, так і нестача ділянок під забудову в центрах великих міст, невеликий строк окупності капіталовкладень, а також поєднання в малому готелі визначного комфорту та індивідуального підходу до кожного гостя. Як стверджував відомий готельєр К. Хілтон «один із секретів його успіху – це індивідуальний підхід до кожного гостя...» [8].

Черговою тенденцією є впровадження в індустрію гостинності нових комп'ютерних технологій, які докорінно змінили спосіб ведення готельного бізнесу, дозволили власникам підприємств розв'язати низку проблем і створили масу зручностей клієнтам. Нові технології, зокрема Інтернет з метою просування готельних продуктів і послуг, зменшують витрати і забезпечують споживачам підвищений комфорт. Дані технології розширюють можливості із залучення нових клієнтів і дозволяють розширити займані компаніями сегменти ринку.

Важливу роль у індустрії гостинності займає розвиток міжнародних готельних та ресторанних ланцюгів. Готельний ланцюг – об'єднання кількох готельних підприємств у колективний бізнес, що проводиться під єдиним керівництвом, у межах єдиної концепції просування продукту і під спільною торговельною маркою. Інтегровані готельні ланцюги керуються безпосередньо або опосередковано через франчайзингову систему або за контрактом на управління. Усі готелі інтегрованого ланцюга мають спільну назву і товарний знак. Щоб протистояти конкуренції з боку готельних ланцюгів, незалежні готелі об'єднуються в готельні консорціуми. Збільшення масштабів діяльності, при об'єднанні у консорціум, дозволяє досягати значної економії у витратах на маркетинг, придбання обладнання, створення комп'ютерних мереж бронювання

місць тощо [6, с. 35–37].

Вагомим чинником у розвитку індустрії туризму виступає і екологізація готельних послуг. Зв'язок людини з природою останнім часом набуває усе більшої популярності серед туристів. Наслідком даної тенденції є те, що відбувається будівництво готелів в екологічно чистих регіонах, формування «зелених» поверхів і номерів у звичайних міських готелях. При облаштуванні цих номерів застосовують екологічно чисті матеріали, звертаючи особливу увагу на економію природних ресурсів і мінімальне вторгнення в природне середовище.

При цьому «екологічна програма» не досягне своєї мети, якщо не буде організоване письмове «виховання» гостей. Наприклад, заклик до клієнтів «не кидати на підлогу рушник, якщо він ще використовуватиметься» допомагає заощадити не тільки воду й електроенергію, а й третину рушників, які перуться щодня, продовжуючи термін їхнього «життя» [9, с. 41].

Диверсифікація, персоніфікація, спеціалізація, екологізація, гедонізація готельних послуг, концептуалізація і технологізація пропозицій – такою є сучасна готельна політика як засіб виживання у сучасних умовах турбізнесу.

Отже, активний розвиток туризму в світі і в нашій країні сприяв виникненню індустрії гостинності, де для створення комфортних умов відпочинку туристів працюють мільйони професіоналів. Усе це вимагає персоніфікованої уваги до основного елемента системи індустрії туризму – гостя (клієнта) задля якого зводяться сучасні заклади проживання, харчування, відпочинку, метою яких є повноцінна рекреація. Таким чином, розвиток готельної справи нерозривно пов'язаний з розвитком індустрії туризму, а гостинність є найважливішою споживчою властивістю комплексного туристського продукту.

Список використаних джерел

1. Елканова Д. И. Основы индустрии гостеприимства [Електронний ресурс] / Д. И. Елканова, Д. А. Осипов, В. В. Романов, Е. В. Сорокина. – М., 2010. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_tourism/elkanova.htm
2. Все о туризме [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourlib.net/>
3. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії [Електронний ресурс] / Н. В. Чорненька. – К., 2006. – Режим доступу : <http://tourism-book.com/pbooks/book-39/ua/>
4. Писаревський І. М. Організація туризму [Електронний ресурс] / І. М. Писаревський, С. О. Погасій, І. Б. Андренко, М. М. Поколодна, І. В. Сегеда. – Харків, 2008. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr/pysarevsky.htm
5. Уокер Джон Р. Введение в гостеприимство [Електронний ресурс] /

- Джон Р. Уокер. – Режим доступу: <http://padaread.com/?book=51044&pg=5>
6. Розметова О. Г. Організація готельного господарства / О. Г. Розметова, Т. Л. Мостенська, Т. В. Влодарчик. – Кам'янець-Подільський, 2014. – 432 с.
 7. Пайн Дж. Б. Економіка впечатлений [Електронний ресурс] / Джозеф Б. Пайн, Джеймс Х. Гилмор. – Режим доступу: <http://www.klex.ru/bzy>
 8. Истории успеха: Конрад Хилтон – человек-отель [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubr.ua/business-practice/ups-and-downs-in-business/i>
 9. Круль Г. Я. Основи готельної справи / Г. Я. Круль. – К., 2011. – 368 с.

Summary. *The article analyzes the peculiarities of the hospitality industry and the theoretical understanding of complex programs of tourist regions. A general trend which should concentrate on the development of the hospitality industry in modern conditions.*

Key words: *hospitality industry, travel destinations, hotels, tourist industry, region.*

УДК 338.487:338.33

Поліщук В.С.,

*к.е.н., доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи
Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка,
м. Кам'янець-Подільський*

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті автор на основі проведених досліджень розкриває значення постійного покращення якості надання послуг туристичними підприємствами; розкриває зміст процесу формування якості послуг туристичних підприємств.

Ключові слова: *якість, процес, модель, послуги, інформація, етап, підприємство.*

Актуальність. Мета кожного підприємства є прагнення здобути на вітчизняному, європейському чи світовому ринку ключову позицію через попит на свої продукти та послуги. Реалізації цієї мети для більшості українських підприємств передбачає підвищення ефективності управління, в тому числі і сфери туризму.

Тому актуальність теми статті не викликає сумніву.