

УДК. 338. 48

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ІНДУСТРІЇ ТА СТАНОВЛЕННЯ ЇЇ В УКРАЇНІ

Волошин В.В.

В статті проведено дослідження розвитку готельно-рекреаційної індустрії, проведений аналіз стану її в Україні, підкреслено значення туристично-рекреаційної галузі, як економічно-стратегічної складової для України, визначені джерела виникнення та необхідність створення соціально-економічного моніторингу сфери туризму, економіко-фінансової стратегії розвитку державної та регіональної готельної індустрії в єдиному інформаційному просторі.

Ключові слова: туристично-рекреаційний бізнес, соціально-економічний моніторинг, туризм, туристично-рекреаційна політика, особистість, гостинність, виховання, соціальна практика

ВСТУП

Рекреація як одна з головних форм продуктивного використання вільного часу людини - суспільний, економічний і науковий феномен, для якого не мають значення міжгалузеві та міждисциплінарні межі. Рекреація (фр. recreation, пол. rekreacja - відпочинок, від лат. recreatio - відновлення сил) - відновлення чи відтворення фізичних і духовних сил, витрачених людиною в процесі життєдіяльності; рекреація включає різноманітні види діяльності у вільний час, спрямовані на відновлення сил і задоволення широкого кола особистих і соціальних потреб та запитів.

Рекреацію можна сприймати і як заплановану бездіяльність, яка здійснюється за чимось бажанням. У глибшому сенсі вона розглядається у зв'язку з емоційним досвідом та натхненням, що з'являється як наслідок рекреаційної дії. З іншого боку, рекреація може сприйматися як система ресурсів чи сервісу. І, врешті-решт, не буде помилкою розглядати рекреацію як будь-який тип або вид усвідомленого задоволення фізіологічних бажань і соціальних потреб особистості під час відпочинку.

Розвиток індустрії дозвілля на сучасному етапі впливає на структурні зрушення в економіці країн, які мають значні природно-рекреаційні і історико-культурні ресурси. Для їх освоєння активно використовують як вітчизняні так і іноземні інвестиції в галузі, що обслуговують індустрію дозвілля якою є готельне господарство. В усьому світі готельно-ресторанний бізнес є одним з найбільш привабливих для інвесторів, а його рентабельність у розвинутих країнах не буває нижчою за 40%, при цьому досягаючи в "туристичних" зонах відмітки 100%.

В економіці розвинутих країн індустрія дозвілля сьогодні характеризується виключно високою наукоємністю, тому реальністю стають підприємства готельного господарства, де обслуговування частково автоматизоване з використанням інформаційних систем і технологій.

Деякі аспекти по розвитку сфери туризму висвітлено в працях С.О.Алілуйко, І.В.Зоріна, В.О.Квартальнова, Л.І.Поважної, Ф.К.Федорченко, Н.А.Фоменко. Однак ряд питань цього розвитку знаходять відображення в даному дослідженні.

Згідно Угоди про проведення узгодженої політики в області стандартизації, метрології та сертифікації держав учасниць СНД, у березні 1996 р. Держстандарт України видав наказ про введення на всій території з 1 січня 1997 р. міждержавних стандартів у сфері надання послуг населенню, в тому числі у підприємствах готельного господарства.

Метою статті є критична оцінки загальноприйнятої характеристики сфери туризму та більш глибокого дослідження напрямів подальшого розвитку готельно-рекреаційної індустрії в Україні.

1 ГОСТИННІСТЬ В СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ СФЕРІ ТУРИЗМУ ЯК ГОЛОВНИЙ ПРЕДМЕТ ФІЛОСОФСЬКОГО АНАЛІЗУ

Зростання місця і ролі сфери туризму у сучасному світі є привабливим предметом дослідження з кількох причин. По-перше, глобалізація сучасного світу є наслідком зміни змісту і характеру праці, що викликає значне підвищення мобільності людини не тільки у статусі робочої сили, оскільки нині виробниче спілкування стає інтенсивним і не прив'язаним до конкретного робочого місця. Техногенний характер праці змінюється на більш гуманітарний, тому людина починає відчувати власну спроможність і потребу більше знати, більше спостерігати, бути присутньою особисто там, де відбуваються події, які визначають сутність епохи.

По-друге, туристська діяльність людини та її наслідки детермінують вирішення таких важливих соціальних завдань, зокрема повноцінне відтворення людини як біосоціальної істоти, яка не може довго

перебувати в умовах монотонності і рутинності, а потребує нових емоційно-чуттєвих вражень, збагачення власного і вивчення накопиченого іншими позитивного досвіду облаштування повсякденного життя і набуття сталих форм соціального розвитку.

По-третє, туризм є джерелом економічного зростання будь-якої країни, оскільки у цій сфері циркулюють досить великі фінансові потоки, що виникають на основі зростання значення форм дозвілля людини і є її добровільним власним прагненням до використання людиною творчої спрямованості туризму. При цьому ми виходимо з того, що мова повинна йти про туризм як сферу суспільного виробництва з усіма її структурними і функціональними характеристиками.

По-четверте, туризм водночас є найбільшою і найдинамічнішою індустрією світу, розгалуженою соціальною службою, яка надає робочі місця мільйонам людей. Туризм - це система подорожей та екскурсій, і водночас, форма рекреації, заснована на антропоєкологічній парадигмі; це спосіб життя, привабливе хобі, спосіб одержання насолоди від життя, задоволення потреб. Варто підкреслити, що в туризмі існує суспільна сфера гостинності, яка особливо виразно демонструє його людиною прийнятний характер. "Інститут гостинності, до речі, - один із найдавніших в історії людської цивілізації. Гостинність (від гр. "проксенія") набула широкого розвитку ще в стародавній Елладі. У 78 античних державах-полісах право та обов'язок піклуватися про іноземців одержували лише знатні громадяни - проксени. З часом гостинність перетворилася на справжню індустрію, в якій задіяні мільйони працівників, що забезпечують готельний та ресторанный бізнес, побут, відпочинок та розваги туристів, задовольняють їх різнопланові потреби та інтереси", - слушно зазначає В.Пазенок [1].

По-п'яте, це явище слід вивчити якомога швидше, оскільки участь у загальноєвропейському домі потребує уточнення багатьох основоположних термінів, зокрема таких, як демократія, влада, соціальне благополуччя, добробут, соціальні гарантії та ін. Оскільки термін "гостинність" офіційно було введено у наукову сферу, як відомо, 1982 року на конференції національних асоціацій готелів і ресторанів Європейської Економічної Співдружності (ЄЕС), то це поняття також треба наповнювати конкретним змістом і порівнювати його тлумачення у різних етнонаціональних громадах і соціально-політичних системах.

По-шосте, для нас, українців, інтерес до вивчення гостинності як атрибутивної властивості туристичної сфери є не тільки природним і економічно обґрунтованим, а водночас і політично виправданим, оскільки Україна повинна ефективно підготуватись і гідно провести всесвітньо відомі футбольні змагання "Євро-2012".

Отже, необхідно уточнити тлумачення сенсу "гостинність", оскільки у більшості словників цього терміну немає, проте його використовують у своїх працях деякі закордонні автори, зокрема Р.Браймер, Д.Боуэн, Ф.Котлер, Д.Мейкенз, Д.Уокер та інші [2].

Аналіз наявних довідкових джерел дозволяє визначити цю дефініцію наступним чином: "гостинність" (від фр. - hospice) - притулок для подорожніх, благодійний дім. Інколи термін "гостинність" вживають у побутовому значенні як "особливий вид привітності, хлібосольства господаря під час прийому гостей"[3]. У звичаях різних народів гостинність забезпечувала заступництво людям, які мандрують, і виступала формою захисту гостя і його майна. Тому термін "гостинність" треба розглядати у тісному зв'язку з терміном "гість".

Готельна індустрія - це набір засобів розміщення, харчування і обслуговування поза домівкою. Це найбільш творчий з усіх видів бізнесу, не пов'язаних з творчістю, який складається з трьох елементів:

- готель - "це орієнтація всіх видів діяльності навколо проживання, страв і напоїв з метою задоволення потреб гостей в обслуговуванні поза власною домівкою"; готель - це своєрідна театральна сцена, де завжди готові поставити театральну виставу для глядача поза його домівкою;

- послуга - "це результат власної діяльності виконавця щодо задоволення потреби споживача", тобто послуга - це фізична праця, спрямована на емоційні переживання туриста.

- гостя; персонал - це актори, які створюють для глядачів, гостей, неповторну атмосферу і умови для емоційних переживань.

Всі ці три елементи базуються на гостинності, без якої не може існувати готельна індустрія. Щоб з'ясувати, що таке гостинність, яку роль вона відіграє у готельній індустрії, як її відчувати, як її формувати або вчитися і оволодівати нею, необхідно враховувати широту цього поняття. Гостинність починається на етапі вибору місця розташування готелю і не закінчується на рівні фрази: "Щасливої дороги, будемо раді бачити вас наступного разу". Гостинність завжди залишається з головним споживачем - Гостем. Співробітники будь-якого сертифікованого готелю прагнуть дотримуватися основних принципів: "Забезпечити чудове обслуговування наших гостей, які завжди раді теплоту, вишуканому прийому" і "Бажання гостей - понад усе". Вони завжди прагнуть досконало знати свою роботу для забезпечення повної взаємної заміни, тим самим задовольняючи потреби гостей негайно.

Індустрія гостинності - це індустрія, що працює на благо людей, потужний механізм, який активно функціонує та розвивається, вимагаючи при цьому максимальної підтримки з боку держави та більших інвестицій.

Корисно порівняти терміни "гостинність" і "милосердя" між собою. Милосердя - жалісливе, доброзичливе, дбайливе, любовне ставлення до іншої людини; протилежне байдужості, жорстокості, зловмисності, ворожості, насильству [4].

У європейській християнській культурі ідея милосердя формується на перетині низки традицій. Поняття милосердя походить від П'ятикнижжя, де слово "hesed" означало доброту, того, хто "любить

доброту". У добіблийній грецькій літературі це слово вживали на позначення відчуття, яке виникає, коли бачиш чийсь незаслужений страждань. У Аристотеля - відчуття, протилежне гніву: співчуття, жалість. У християнській етиці милосердна любов набуває особливого значення як одна з трьох богословських чеснот; у милосерді людина присвячує себе Богові і тим самим відкривається Добру.

З етичної точки зору милосердя є обов'язком людини, яка покликана досягнути етичного ідеалу, на що вказує заповідь любові. Милосердя досягає етичної повноти, коли втілюється в діях, спрямованих не тільки на задоволення інтересів іншого, але і заснованих на прагненні до досконалості. У тій мірі, в якій соціальне життя відтворює відмінність, відокремленість і протилежність інтересів індивідів як членів співтовариств, милосердя є психологічно і практично непростим завданням.

2. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В Україні на сьогоднішній день вже відбулося усвідомлення важливості розвитку туризму як одного з ефективних засобів лікування національної економіки завдяки здатності цього сектору забезпечувати значні валютні надходження, створювати значну кількість нових робочих місць та іншим перевагам.

Виокремивши основні складові індустрії туризму, необхідно детальніше розглянути діяльність підприємств, які надають послуги з розміщення. Сфера гостинності є провідним чинником і базою туризму, яку по праву називають "куркою, що несе золоті яйця", але ці «яйця» зазвичай тягнуть за собою проблеми та витрати з боку організаторів, та власників такої на сам перед розважальної галузі економіки, як туризм.

Окреслимо коло цих проблем: високий рівень оподаткування; обов'язкова сертифікація готельних послуг; недосконала система обліку поселення в готель; існування обмежень у наданні готельних послуг; відсутність готелів міжнародного класу та незначні обсяги інвестування у будівництво нових готелів; низький рівень інформатизації; відсутність кваліфікованих фахівців у галузі готельного господарства.

Високий рівень оподаткування. Найбільш суттєвою перешкодою розвитку готельного бізнесу є значний податковий тиск: різні види податків забирають 70-85% прибутків готелів. Оподаткування туристів використовується державою з тим, щоб перерозподілити витрати від туризму, які припадають на місцеве населення, яке забезпечує комфортні умови та належне обслуговування гостей, а також щоб збільшити дохідну частину бюджету. Однак впровадження податків не завжди може бути сприятливим для держави, тому що стягнення податків, у свою чергу, знижує попит на туристичні послуги, а, отже, і доходи. Так, готельний збір змушує власників готелів піднімати ціни на проживання, що призводить до зниження попиту на готельні послуги і знижує доходи тих самих готелів. Готельний збір встановлюється місцевими органами самоврядування самостійно (і складає 5-15%).

Обов'язковість сертифікації готельних послуг. Законом України "Про туризм" (ст. 15), готелі зобов'язано проходити обов'язкову сертифікацію готельних послуг.

Сертифікація повинна розглядатися як така, що є внутрішньою справою кожного готелю, тому, на нашу думку, вона повинна бути добровільною. Проведення сертифікації готельних послуг на підтвердження рівня послуг - це один з маркетингових заходів, який працює на напрямку підвищення конкурентноздатності готелю в очах потенційних клієнтів, але вдосконалення конкурентних позицій можна досягти і завдяки іншим засобам стимулювання, вдосконаленням пропозиції послуг.

Недосконала система обліку поселення в готель. Впровадження 6 бланків суворої звітності та 7 бланків первинного облігу в документообігу готельних підприємств (згідно Наказу Держбуду та Держкомтуризму від 30.12.97 р. №63/53 "Про затвердження форм бланків суворої звітності та первинного облігу в готелях України" з наступними змінами і доповненнями та Наказу Держкомтуризму від 16.04.99 р. №17 "Про організацію виробництва бланків суворої звітності") пов'язане з такими негативними моментами:

- значною вартістю бланків зумовлює виділення частини обігових коштів готелів на виготовлення бланків (ціна комплекту бланків 4,5-7 грн. на клієнта);

- зменшенням обсягів надання готельних послуг за рахунок тих клієнтів, які не бажають розголошувати певну інформацію про себе; це водночас створює можливості корупції (14-17% клієнтів забезпечуються готельними місцями без реєстрації);

- дублюванням інформації в бланках суворої звітності, що передбачає нераціональні затрати часу і ресурсів (аналогічними є форми №1-г та №2-г, однак перша призначена для заповнення громадянами України, а друга - іноземцями та особами без громадянства; інформація у журнальних формах №5-г та №6-г дублює ту, що міститься в формах №1-г та №2-г);

- як наслідок з вищевказаного, має місце скорочення надходжень до бюджету.

Існування обмежень у наданні готельних послуг. Правила користування готелями та надання готельних послуг в Україні, затверджені Наказом Держжитлокомунгоспу та Держкомтуризму України від 10.09.96 р. №77/44, містять ряд обмежень в наданні готельних послуг, які стримують розвиток готелів:

- обмеження максимального терміну проживання в готелі 45 добами;

- обов'язковість пред'явлення паспорту;

- жорстка регламентація порядку та оплати бронювання номерів та порядку оформлення проживання в готелі.

Вважаємо, що суб'єкти готельного бізнесу повинні мати більше самостійності у здійсненні підприємницької діяльності, а встановлення порядку поселення та здійснення бронювання має бути прерогативою кожного готелю.

Відсутність готелів міжнародного класу та незначні обсяги інвестування у будівництво нових готелів. Більшість готелів в області не відповідає нормам розташування іноземних туристів. Відсутні 4-х та 5-зіркові готелі. Будівництво готелів, що масово розпочалося, практично припинено.

Індустрія туризму є однією з не багатьох галузей нашої економіки, в яку можна за короткий час залучити іноземний капітал. Термін будівництва туристичних об'єктів іноземними фірмами складає 1-2 роки, а окупність готелів міжнародного класу - 3-5 років. Але в даний час важко розраховувати на великий приплив іноземного капіталу, зважаючи на те, що західних інвесторів стримує економічна нестабільність в країні, відсутність правових гарантій.

Як можливі шляхи розв'язання проблеми низького рівня капіталовкладень в розвиток готельного господарства пропонуємо наступні:

- звільнення новостворюваних готелів від сплати ГЗ протягом 3 років з початку експлуатації, запровадження пільгових ставок сплати податку на прибуток на цей період;

- при будівництві надання переваги невеликим туроб'єктам - 40-50 місць - вони швидше реагують на вимоги клієнтів та економічно рентабельніші;

- створення спільних підприємств. Одним з варіантів участі української сторони є вартість відводу земельних ділянок під забудову і природних ресурсів, які будуть використовуватись в процесі експлуатації об'єкту. Внесок зарубіжної сторони - інвестування проектів. Пропорційно внескам і ділиться прибуток;

- укладання франчайзингових угоди та контрактів на управління. Цей підхід передбачає наступну схему: держава володіє землею, приватизований державний готель або готельна компанія володіє майном, а іноземна компанія інвестує гроші на реконструкцію чи відновлення готелю, в подальшому повертаючи їх за рахунок частки у прибутку;

- створення локальних вільних економічних зон туристичного профілю із встановленням для обмежених територій пільгових економіко-правових, фінансово-кредитних, митних та інших умов господарювання. Такі зони мають створюватись на територіях, туристичні ресурси яких користуються попитом на світовому ринку.

Низький рівень інформатизації. Просування українського тур продукту на зовнішній ринок доволі проблематичне без грамотної та суттєвої інформаційної підтримки. Для покращення існуючого стану інформатизації в галузі вважаємо необхідним:

- запровадити 50-відсоткове цільове скерування надходжень від готельного збору на інформаційно-рекламне забезпечення туристично-готельної діяльності;

- забезпечити тісніше співробітництво з підприємствами України за кордоном, які б могли розповсюджувати рекламно-презентаційні видання у відповідних країнах для створення іміджу туристично-привабливих регіонів нашої держави;

Відсутність кваліфікованих фахівців у галузі готельного господарства. За даними державної статистичної звітності №1-ТУР за 2008 р., із 1556 працівників, зайнятих на ліцензованих туристичних підприємствах Закарпатської області, лише 42% мають вищу освіту (з них до 14% - спеціальну вищу освіту), 25% мають середню спеціальну, 30% - середню, 3% - іншу освіту [3].

Для вирішення проблеми відсутності кваліфікованих працівників в готельній сфері необхідно:

- створити при вузах, які готують фахівців в галузі готельного бізнесу, систему підвищення кваліфікації кадрів готельної індустрії;

- забезпечити короткотермінову тренінгову підготовку працівників готелів на базі бізнес-центрів міста (за сприяння проекту ТАСІС "Підтримка місцевого розвитку та туризму Карпатського регіону");

- залучати іноземних фахівців для навчання наших працівників готельного бізнесу.

За умови усунення вищевказаних перешкод розвитку готельного бізнесу, готелі могли б підвищити якість готельних послуг, збільшити обсяги їх надання, що дало б поштовх формуванню розвинутого ринку туристичних послуг в регіоні.

ВИСНОВКИ

Індустрія гостинності є найважливішим елементом соціальної сфери. Вона відіграє важливу роль у підвищенні ефективності громадського виробництва, та відповідно, росту життєвого рівня населення. Отже, гостинність, за визначенням практиків туристичної діяльності, - це "система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту, задовольняють різноманітні побутові і господарські запити гостей, сервіс". Готельний туризм в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Філософські нариси туризму: Науково-навчальне видання / За редакцією докт. філос. наук, професора, члена кореспондента НАН України Пазенка В.С. - К.: Український Центр духовної культури, 2005. - 328с.
2. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства/ Пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 1995. - 195с.;
3. Котлер Филип, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм.: Учеб. для студ. вузов /Пер. с англ. М.: ЮНИТИ, 2008. - 787 с.;
4. Основы управления в индустрии гостеприимства / Пер. с англ.- М.: Аспект-Пресс, 1995. ;
5. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство. - М.: ЮНИТИ, 2000. - 464с.;
6. Уокер Дж.Р. Управление гостеприимством. Вводный курс - М.: ЮНИТИ, 2006. - 880с.
7. Гостеприимство / <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

Волошин Вікторія Василівна, викладач Карпатського Інституту Підприємництва ВНЗ ВМУРоЛ «Україна», здобувач кафедри економіки, менеджменту та маркетингу ДВНЗ «Ужгородський Національний Університет», тел. 8097 96 803 00.