

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ

Надія БАКАЛО, Ірина ЧЕРНИШ

Ї АОІ ÄÈÈÀ ÁÍ ÄË²ÇÓ ÐÈÍ ÈÓ ĀĪ ÒÄËÛÍ ÈÕ Ĭ ĨÑËŌÃ

Досліджено стан ринку готельних послуг як однієї з основних складових туристичного та рекреаційного бізнесу. Проведено аналіз праць видатних дослідників у сфері туризму з метою визначення основних тенденцій та напрямів його розвитку, виявлення рушійних чинників прогресивного розвитку ринку готельних послуг.

The aim of article is to research the state of the hotel services as a component of the travel business. Conducted analysis of the works distinguished researchers in the field of tourism, with a view to identifying major trends and directions of its development, identify the main factors of the progressive development of the hotel services.

Однією з важливих складових туристичного продукту є обслуговування в закладах, що дають змогу мандрівникам зупинитися на ніч, – засобах розміщення туристів. Основними з них вважаються готелі та мотелі. До додаткових засобів розміщення належать кемпінги, готелі, мотелі, туристичні бази, бунгало, приватні будинки та квартири.

У різних країнах співвідношення у використанні основних і додаткових засобів розміщення неоднакове. Так, наприклад, в Австрії та Іспанії воно складається на користь перших, у Греції – майже однакове, а от в Італії та Хорватії переважає розміщення в додаткових засобах – кемпінгах та в приватному секторі.

Вагомий внесок у теорію дослідження туристично-рекреаційного комплексу, методика оцінки рекреаційно-туристичного потенціалу та визначення соціально-економічної ефективності його використання зробили відомі зарубіжні та вітчизняні вчені: О. Адаменко, О. Балацький, В. Беренс, І. Бланк, Л. Гітман, Б. Губський, В. Дергачов, Д. Джонк, О. Кузьмін, Л. Лазебник, А. Махмудов, Й. Петрович, І. Продіус, М. Прокопенко, П. Рогожин, М. Тараканов та ін.

Готель є найбільш поширеним стаціонарним типом закладу розміщення туристів, який характеризується високим рівнем матеріально-технічної бази та сервісу й широкими можливостями організації комплексного обслуговування. Розвиток туристичної галузі є неможливим без паралельного розвитку готельно-ресторанних комплексів. Тому, за мету та завдання нашого дослідження ми ставимо аналіз ринку готельних послуг задля визначення факторів впливу та розвитку.

Подорожування є формою пізнання середовища і розширення людських можливостей з адаптації до довкілля, а також одним із найдавніших засобів комунікації, культурного обміну, економічних контактів. Нарешті, подорожування є формою наукового осягнення світу й одним із етапів розвитку сучасної цивілізації. Однак подорожування є також засобом долаття бар'єрів – об'єктивних обмежень на шляху поширення явища. Можна визначити такі найбільш суттєві бар'єри: природні (гірські системи, водні простори, пустелі та інші несприятливі фізико-географічні явища), культурні (мовні, релігійні, побутові відміни тощо); технічні, пов'язані з долаттям відстаней (шляхи сполучення, транспортні засоби). Тобто, мобільність людства є певною рушійною силою суспільного розвитку, спрямованою на інтенсифікацію господарювання, пом'якшення соціального і політичного напруження, поліпшення умов життя шляхом пізнання природного та соціокультурного середовища життєдіяльності. Такими є об'єктивні передумови виникнення та поширення туризму як явища, яке охопило значну частину людства.

Туризм, як явище суспільного життя, є похідною суспільного розвитку. Своєю появою він завдячує індустріальній стадії розвитку людства, якій був властивий прискорений розвиток продуктивних сил,

поглиблення поділу праці, розвиток урбанізаційних процесів. Прискорені інноваційні зміни, пов'язані з науково-технічним прогресом, сприяли загальному соціально-економічному розвитку певних країн, підвищенню рівня життя їхнього населення, змінювали характер праці, спосіб та стиль життя, що особливо позначилось в ХХ ст. розвитком урбанізації та змінами в системі розселення, постіндустріальною фазою розвитку економіки, поглибленням екологічних проблем та осягненням глобальних масштабів діяльності людства, гуманізацією всіх сфер суспільного життя. Саме за цих умов, що докорінно змінювали суспільні моделі життєдіяльності людства, туризм перетворився у форму проведення дозвілля, забезпечену діяльністю міжгалузевого комплексу по задоволенню потреб населення у відпочинку та оздоровленні, у потужну комунікативну складову глобалізаційного процесу.

Туризм – одна з найбільш сталих складових світової економіки, яка за останні десятиріччя має стабільні (в середньому 5% на рік) темпи зростання і не зазнає коливань попиту/пропозиції, тому вважається одним із найперспективніших напрямків соціально-економічного розвитку. На сучасному етапі туризм став частиною стилю життя більш ніж третини людства, й участь у туристичному процесі можна розглядати як складову якості життя.

Туризм – явище поліфункціональне. Серед основних функцій туризму слід зазначити рекреаційну, соціальну, культурну, екологічну, економічну, просвітницьку і виховну. Рекреація як біологічна функція та соціальне надбання певного етапу розвитку людства сама є поняттям широким і поліаспектним. Туризм є мобільною складовою рекреації, пов'язаною з доланням простору задля відпочинку, розваги, лікування або з будь-якою іншою метою, не пов'язаною з отриманням прибутку. Сутністю рекреаційної функції туризму є фізіологічна (відновлення фізичних сил, оздоровлення, відпочинок) та психологічна (зміна місця, оточення, набуття нових вражень та відчуттів) релаксація. Зростання добробуту, зміна характеру праці в бік її інтелектуалізації стимулюють підвищення рівня освіти, самоосвіту та просвітництво. Перехід суспільного розвитку до моделі "вільного часу" урізноманітнює проведення дозвілля в бік інтелектуалізації, саморозвитку, посилюючи культурну функцію туризму.

Туризм виступає засобом комунікації та саморозвитку, підвищення рівня освіти та загальної культури шляхом ознайомлення з культурою, побутом, традиціями та віруваннями, стилем та характером життя інших народів, з культурною спадщиною людства та перлинами природи. Безпосереднє спілкування різних народів і різних культур сприяє взаємозбагаченню та саморозвитку культури, відіграє значну роль у зміцненні миру та порозуміння на планеті, розширює культурні та ділові контакти. Можна стверджувати, що саме у ХХ ст., завдяки масовості, туризм став явищем сучасної культури. З іншого боку, туризм, прискорюючи культурний обмін, прискорює інноваційні процеси в культурі. У зв'язку з цим актуальною стає проблема крос-культурних комунікацій (поведінки туристів в іншому культурному середовищі, спроможність і здатність до сприйняття іншої культури, інших культурних традицій).

Туризм як форма проведення дозвілля притаманний лише певній частині населення, що має вільний час та відповідний рівень життя, який дозволяє подорожувати. Тобто, подорожування виступає ознакою певного рівня і стилю життя, фіксатором соціального статусу, засобом закріплення іміджу та інших соціальних ознак. Доступність туристичних послуг, соціальна орієнтованість туризму розширює коло споживачів, прилучаючи нові й нові верстви населення до туризму, вводить його до стилю життя суспільства, вирівнюючи соціальні можливості населення. Таким чином, оздоровлення населення, підвищення його працездатності та рівня культури шляхом здійснення культурно-просвітницької та рекреаційної діяльності посилює соціальну значущість туризму.

Дедалі більшого значення набуває екологічна функція туризму. З одного боку, туризм виступає споживачем певних природно-рекреаційних благ і зацікавлений в їхньому збереженні. З іншого боку, зростання попиту призводить до збільшення антропогенного тиску на територіальні рекреаційні системи, особливо традиційні або модні. Це ставить одразу низку питань щодо збереження світової та національної природної і культурно-історичної спадщини, зокрема засобами туризму. Водночас розширення та інтенсифікація туристичної діяльності сприяють залученню нових територій, а технічні можливості дозволяють їх освоїти. Саме тому захист довкілля має бути невід'ємною складовою розвитку туризму, однією з ключових проблем його стійкого розвитку.

Беззаперечно, значною є економічна функція туризму. Потреби подорожуючої людини, з огляду на масовість, сформували галузь сфери обслуговування населення. Подальше зростання запитів стимулювало розвиток галузі, а мультиплікаційний ефект та комплексний характер споживання/обслуговування сприяли її переростанню в індустрію туризму – міжгалузевий комплекс, спрямований

на задоволення туристичних потреб населення. Зростаюча індустрія туризму потребує кадрового забезпечення, а різноманітність праці створює широкі можливості використання як кваліфікованої, так і некваліфікованої праці. Зазначені характерні ознаки роблять туризм ефективною галуззю господарства, що відіграє дедалі більшу роль як у національних економіках, так і в світовій торгівлі послугами.

Об'єктивне підґрунтя туризму як явища суспільного життя робить його складним, багатограним об'єктом наукового пізнання. Як соціально детерміноване явище, туризм потребує наукового осягнення, теоретичного осмислення. Саме такому соціальному замовленню, нагальній потребі сучасності відповідає формування нового наукового напрямку – туризмології. Туризмологія – науковий напрямок, в межах якого поєднуються різноманітні дослідження туризму як суспільного явища. Завданням туризмології є розробка теорії функціонування туризму. Багатогранність явища робить таке завдання складним і водночас актуальним. Можна виокремити такі аспекти функціонування туризму, які практично сформувались у певні напрямки досліджень: економічний, історичний, географічний, соціальний, екологічний, політичний, культурний, психологічний.

Готельні послуги, як було зазначено вище, є ваговою складовою туристично-рекреаційної сфери. Класифікація та категоризація засобів розміщення розглядається як важливий фактор управління якістю обслуговування. Одна з узагальнених класифікацій передбачає поділ засобів розміщення на два основних типи: заклади розміщення готельного типу і додаткові засоби розміщення. Типова класифікація засобів розміщення, яку рекомендує Всесвітня туристична організація, поділяє засоби розміщення на 4 групи. Ця класифікація не є єдиною для всіх країн і має рекомендаційний характер: готелі та аналогічні підприємства, комерційні та соціальні засоби розміщення, спеціалізовані засоби розміщення, приватне туристичне розміщення.

Повноцінний аналіз ринку готельних послуг має враховувати такі параметри:

1. Місцезнаходження об'єкта розміщення відносно ринкового попиту (наприклад, туристичні пам'ятки).

2. Зростання рівня ділової активності в межах території збуту.

3. Наявність джерел традиційного подорожування.

4. Місцезнаходження об'єктів-конкурентів, визначення їх основні експлуатаційні характеристики.

5. Прогноз тенденцій та умов здійснення подорожей.

Аналіз готельного ринку здійснюється за такими методами:

1. Визначення району збуту. Для визначення меж збуту аналітики повинні визначити такі фактори: розміщення конкурентних готелів; сегментація та походження найбільш важливих джерел бізнес-об'єктів; тенденції туристичних напрямів; моделі витрат відпочиваючих; наближеність та масштаб генераторів попиту.

2. Сегмент попиту на продукт. Головними складовими є визначення сезонності, цілей мандрівок, тривалості перебування, зміна цін та ін.

3. Коливання попиту. Цей показник визначається як відсоток річного завантаження номерів і становить приблизно 65%, проте може коливатися залежно від сезону й типу продукту, що пропонується туристам для споживання. Так, максимальним попит є: для комерційних подорожей – цілий рік, для туристичних подорожей – літній сезон, для бізнес-туризму – жовтень-листопад.

4. Зміна попиту. Найбільш вагомими елементами за використання цього методу є сегментація та сезонні характеристики, визначення чисельності населення в момент проектування готельного комплексу, будівництво торговельних і промислових об'єктів, наявність пам'яток історії, архітектури, культури, розважальних закладів. Також слід враховувати зниження рівня пропозиції конкурентних засобів розміщення та зміну ринкової сегментації. Загалом, основними показниками, що будуть отримані за допомогою даного методу аналізу, є проникнення готелю та його витратність.

5. Метод генераторів попиту. Основні економічні показники, які є головною частиною ринку готельних послуг, такі: зайнятість, офісні та виробничі площі, дохід, роздрібна реалізація, відвідини основних пам'яток, діяльність аеропортів, тенденції функціонування готелів, витрати на подорожі.

6. Конкурентна пропозиція. Аналіз наявних та планових конкурентних об'єктів розміщення туристів в межах території збуту.

7. Демографія та психографіка. За цим методом необхідні визначення й оцінка потенціалу ринку готельних послуг відносно попиту на об'єкти розташування туристів, комбінація необхідних послуг і туристичних продуктів.

8. Синтез попиту та пропозиції. Після проведення аналізу конкурентних проектів розробляється прогноз функціонування.

9. Метод оцінки джерел даних. Головним чином аналізують економічні та демографічні статистичні дані.

Таким чином, розвиток туристично-рекреаційної сфери неможливий без паралельного прогресивного функціонування готельного бізнесу. Аналіз ринку готельних послуг – необхідний аспект для подальшого розвитку засобів розміщення, тому аналітики мають працювати постійно і якісно. Саме використання аналітичної служби свідчить про якісно високий рівень управління туристичною галуззю загалом та готельним бізнесом зокрема.

Література

1. *Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти : зб. статей.* – К. : Вид-во ФПУ, 2007. – 161 с.
2. *Мурзіна Н. А. Підприємницьке право: конспект-лекцій : навч.-метод. посіб. / Н. А. Мурзіна.* – К., 2007. – 380 с.
3. *На допомогу підприємцеві туристичної галузі : метод. посіб. – Вип. 1. Господарська діяльність. Ліцензування. Дозволи на туристичний супровід. Сертифікація. Безпека перевезень.* – К., 2005. – 127 с.
4. *Сокол Т. Г. Основи туризмознавства : навч. посіб. – [2-е вид., випр. та доп.] / Т. Г. Сокол.* – К., 2006. – 76 с.