

Серед проблем, що гальмують подальший розвиток туризму на Львівщині можна виокремити

- неналежний рівень туристично-рекреаційної інфраструктури;
- незадовільний стан доріг;
- брак професійних кадрів в галузі туризму і рекреації;
- неналежна маркетингова політика у галузі туризму;
- неефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу в сільській місцевості як одного з чинників зменшення безробіття.

Для вирішення цих проблем необхідно:

1. Створити сприятливі економіко-правові та організаційні умови для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій в туристичну галузь.

2. Вдосконалити інформаційно-рекламну роботу щодо популяризації та пропаганди туристичної галузі Львівщини на світових туристичних ринках.

3. Підвищити рівень сервісного обслуговування для вітчизняних та іноземних туристів.

4. Підвищити рівень кваліфікації працівників туристичної галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Борушак М. *Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: Монографія.* – Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2006. – 288 с.

2. *Електронний ресурс* - http://tourlib.net/aref_tourism/boruschak.htm.

СТЕПАН ВАДОВСЬКИЙ

Науковий керівник:

к.е.н., доцент Лизун М. В.

ЗАЛУЧЕННЯ В УКРАЇНУ СВІТОВИХ ГОТЕЛЬНИХ БРЕНДІВ

Готельне господарство є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Стан готельної сфери впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки – транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю та ін.

Проблемам туристичної індустрії присвячено роботи багатьох українських науковців, таких як О. О. Бейдик, М. І. Долішній, О. О. Любіцева, Н. П. Крачило, М. П. Мальська, Я. Б. Олійник, В. В. Шмагина. Окремі аспекти функціонування та розвитку готельних підприємств розглядаються у наукових працях вітчизняних і зарубіжних авторів: В. А. Азара, Р. А. Браймера, О. П. Дуровича, М. І. Кабушкіна, В. І. Карсекіна, В. О. Квартальнова, Н. М. Кузнецової, Г. А. Папіряна, Т. І. Ткаченко, Д. Уокера, О. Д. Чудновського.

Готельна індустрія є однією із найдинамічніших у світі. Тільки протягом другої половини ХХ ст. у цій царині відбулися кардинальні зрушення, що

змінити розуміння готелю як тільки місця для ночівлі та вивели готельний сегмент на провідні позиції серед складових туристичної галузі [1]. Сучасний розвиток світової готельної галузі характеризується значним загостренням конкуренції; високою мірою фрагментації, пов'язаної з появою великої різноманітності концепцій готельного продукту; диференціацією переваг гостей; широким діапазоном конкурентних стратегій залучення і утримання клієнтів для формування стійкої основи повторних продажів; зростаючим значенням інформаційних технологій в готельному бізнесі.

Важлива роль у розвитку сучасної світової готельної індустрії належить готельним ланцюгам, які просувають на туристичний ринок високі стандарти обслуговування, сприяють поширенню та значному підвищенню рівня організації виробництва. Спостерігається інтенсивна консолідація готелів в мережі і активна співпраця готельних мереж в області маркетингу, продажів, створення унікальної готельної пропозиції. В основу концепції мережі (ланцюга) покладена ідея формування впізаного іміджу готельних підприємств і уніфікованого готельного продукту з метою тиражування стандартів готельної пропозиції, трансферу кращого досвіду і вживання єдиних підходів до обслуговування гостей як на внутрішньому, так і зарубіжному ринках. Об'єднання готелів під єдиним управлінням дає великі переваги як власникам об'єктів, так і їх операторам. Головна перевага, яку отримує готель, що входить до ланцюга, – зниження загальних витрат, а це в свою чергу дозволяє ланцюгам більше проникати на міжнародні ринки, розширюючи сферу свого впливу.

Міжнародна дослідницька компанія MKG Hospitality склала рейтинг готельних мереж, згідно з яким світове лідерство за кількістю номерів утримує InterContinental Hotel Group З 2004 року ця готельна мережа стала найбільшою в світі. На сьогоднішній день їй належать понад 600 тисяч номерів у готелях світу. Друге місце у світі за кількістю номерів належить готельній групі Wyndham Hotel Group's Ramada. До неї входить понад 7 тис. готелів (592 880 номери) на шести континентах. Глобальна мережа курортів RCI Global Vacation Network, яка є складовою корпорації Wyndham Worldwide, пропонує своїм членам (3,4 млн.осіб) доступ до 73 тис. курортів у понад 100 країнах світу. У компанії Wyndham Hotel Group's Ramada зайнято більш як 30 тис. працівників по всьому світу. На третьому місці – компанія Marriott International, номерний фонд якої складає 500 тис. номерів і зростає на 4,7% щороку. Hilton Hotels займає 4 місце, популярна завдяки розкішним готелям. Компанія активно впроваджує нововведення: одними з перших її власники ввели систему "зоряної" оцінки, обладнали готелі wi-fi. Наступною є готельна мережа Ascot Group, яка має у своєму розпорядженні понад 500 тис. номерів і зростає на 3,7% щороку. Група продовжує експансію своїх брендів – Sofitel, Novotel, Pullman, Mercure, Suite Hotel, All Seasons, Ibis, Etap, Motel 6, Formula 1. На шостому місці знаходиться Choice Hotels. Цей американський франчайзер об'єднує близько 4000 готелів брендів Quality Inn, Choice Hotels, Comfort Inn, Comfort Suites, Quality, Sleep Inn, Clarion, MainStay Suites, Suburban Extended Stay Hotel, Econo Lodge і Rodeway Inn і щороку збільшує активи на 4,5%. Наступна мережа Best

Western досить відома в Європі, особливо у Франції. Сьогодні під назвою Best Western працюють понад 4 тис. готелів у 80 країнах світу, загальний номерний фонд яких перевищує 300 тис. номерів. Восьме місце у світі посідає мережа Starwood Hotels Resorts, яка відома такими своїми брендами, як Sheraton Hotels Resorts, Westin Hotels Resorts, The Luxury Collection, St. Regis, W Hotel, Four Points Hotels by Sheraton, Le Meridian, Aloft [2].

Вітчизняна готельна галузь стає невід'ємною складовою частиною світового готельного господарства. Такий швидкий темп інтеграції до європейських стандартів пояснюється зручним географічним положенням України, яка розміщена в центрі Європи, та не менш швидким зростанням українського бізнесу. Крім цього, варто відмітити, що Україна займає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпечення цінними природними та культурними ресурсами, що дає можливість потрапити країні до низки міжнародних туристичних рейтингів як місце, де варто побувати. Загалом після «Євро-2012» відвідати Україну рекомендували в шести впливових міжнародних рейтингах, серед яких «Globe Spots», «National Geographic», «Trip Advisor» та «Lonely Planet» [3].

Найбільші готельні оператори світу нарощують свою присутність в Україні. Першими були чотиризірковий готель Radisson Blu Resort Kiev та п'ятизірковий Rixos Prikarpatya м. Трускавець. У 2006 році ввели в експлуатацію Radisson Blu Resort Bukovel. П'ятизірковий готель Hyatt Regency Kiev було відкрито в 2007 році. У 2009 увійшов на вітчизняний ринок світовий готельний лідер Intercontinental Hotel Kiev під управлінням IHG [4].

Також на вітчизняний ринок освоюють і такі світові готельні лідери, як Hilton та Windham Hotel Group International, які передбачають відкриття 15 готелів у м. Києві та в інших містах України з населенням більше 200 тис. осіб до 2018 року.

Французький оператор Accor, увійшов на український ринок у 2011 році з своїм проектом Ibis. В перспективі планує більш масштабний вихід на вітчизняний готельний ринок не тільки даним брендом, а й мережею бюджетних готелів Etap.

Крім цього, у червні 2011 року компанія ArtBuild Hotel Group (ABHG Україна) уклала договір із Best Western International Inc.(США). Best Western International (США) – міжнародна готельна мережа, що надає підтримку з бронювання, операційної діяльності й маркетингу для 4 тис. готелів на 309 тис. номерів у 90 країнах світу. Компанія поєднує готелі під трьома брендами: Best Western (три зірки), Best Western Plus (чотири зірки) і Best Western Premier (чотири і п'ять зірок). Мережа Best Western розглядає можливість відкриття готелів під своїм брендом у всіх містах України й однією з умов є наявність не менш 70–75 номерів за винятком готелів з унікальним розташуванням.

Отже, сьогодні готельний ринок України є надзвичайно привабливим для інвесторів та міжнародних готельних операторів. Попит на готельні послуги в нашій країні в декілька разів перевищує пропозицію на ринку. Водночас якість пропонованих послуг залишається на низькому рівні. Оскільки український готельний ринок є одним із найперспективніших в Європі, прихід іноземних

франчайзерів є неминучим. Проте транснаціональні компанії очікують створення і забезпечення сприятливих інвестиційних умов в Україні для розвитку готельної індустрії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. Г. Агафонова, О. С. Агафонова. – К. : Знання України, 2002. – 352 с.

2. ТОП-10 мировых гостиничных операторов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.otelier.com.ua/index.php?s=41&sb=57/>

3. Франчайзинг у готельному бізнесі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.maygerconsulting.com/archive/Franchise%20in%20Hotel%20Industry%20of%20Ukraine_ukr.pdf.

4. Готельні мережі України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.premier-hotels.com.ua>.

МАКСИМ ВЕЛІЖЕНКОВ

Науковий керівник:

к.е.н. Карась О. С.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

У сучасному індустріальному світі все більшої популярності набирають нетрадиційні способи відпочинку. Одним із таких його проявів є сільський туризм, що на нашу думку є манерою відпочинку на сільській території з використання її ресурсів, проте без заподіяння шкоди, а також ознайомлення з побутом. У багатьох країнах світу, звичайно, є свої особливості для визначення цієї діяльності, оскільки туризм у сільській місцевості по різному там формувався та розвивався. Майже у всіх країнах світу існують певні види сільського туризму: агротуризм, культурний туризм, сільський зелений туризм. Даний вид туристичної діяльності виник у Швейцарії та Франції, проте найбільшого процвітання набув у Великобританії та США. Значно пізніше про нього дізнались в Україні, тому і вітчизняні науковці часто ототожнюють дефініції «сільський туризм» та «агротуризм», і мають часткові розбіжності в цьому. На нашу думку це не вірно, оскільки перше поняття набагато ширше ніж друге і включає більше ресурсів та послуг.

За останні десятиліття кількість туристів у світі неухильно зростала і досягла третини населення земної кулі. За прогнозами фахівців, ХХІ століття буде століттям туризму, і до цього потрібно відповідно готуватися. Сьогодні найбільш динамічно зростаючим сектором світового туристичного господарства є сфера сільського зеленого туризму [1].

Сільський туризм це різновид туризму, котрий ґрунтує свою діяльність на сільських теренах, тобто це подорожі громадян з повсякденного місця