## Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

Міністерство освіти і науки України

Київський інститут туризму, економіки і права

# На правах рукопису

## Мініч Ірина Михайлівна

# УДК 316.74..379.85

соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз

22.00.04 – економічна соціологія

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата

соціологічних наук

# Науковий керівник

Нельга Олександр В’ячеславович,

доктор соціологічних наук, професор,

заслужений діяч науки і техніки України

## Київ – 2002

### зміст

|  |  |
| --- | --- |
| Вступ………………………………………………………………………... | 4 |
| Розділ 1. Концептуальні засади соціологічного дослідження інфраструктури туризму............................................................................... | 16 |
| * 1. Туризм як соціально-економічне та соціокультурне явище
 |  16 |
|  |  |
| 1.2. Інфраструктура туризму та її складові……………………… |  35 |
|  |  |
| Висновки до розділу 1................................................................................... | 45 |
|  |  |
| Розділ 2. Економічні та соціальні чинники розвитку готельного господарства................................................................................................... |  46 |
|  |
|  2.1. Готельний комплекс як рекреаційний та соціокультурний феномен........................................................................................... |  46 |
| 2.2. Сучасний стан готельного господарства України..................... |  55 |
|  |  |
| 2.3. Державна політика в сфері вітчизняного готельного господарства: позитивні складові і прорахунки......................... |  78 |
|  |  |
| 2.4. Якість послуг, що надаються готельними підприємствами, у контексті соціологічних досліджень……………………………  |  92 |
|  |  |
| Висновки до розділу 2................................................................................... |  122 |
|  |  |
| Розділ 3. Соціально-економічні та організаційно-правові засади створення цивілізованої сфери готельних послуг в Україні..................... |  124 |
|  |  |
|  3.1. Соціально-технологічний підхід до поліпшення інфраструктури туризму …………………………...................... |  124 |
|  |  |
|  3.2. Підвищення рівня якості готельних послуг як чинник ефективного функціонування соціальної інфраструктури туризму…….……………………………………………………. |  134 |
|  |  |
| 3.3. Створення конкурентного середовища в готельному господарстві……………………………………………………... |  150 |
|  |  |
| Висновки до розділу 3.................................................................................. |  162 |
|  |  |
| Висновки…………………………………………………………………….  |  163 |
|  |  |
| Список використаних джерел.......................………………………………  | 170 |
|  |  |
| Додаток А. Загальна характеристика засобів розміщення м. Києва ........  |  182 |
|  |  |
| Додаток Б. Анкета.......................................................................................... |  185 |
|  |  |
| Додаток В. Методи впливу на підвищення конкурентоспроможності міжнародних готельних компаній............................................................... |  188 |

**Вступ**

Актуальність теми **обумовлюється необхідністю з’ясування основних соціально-економічних проблем розвитку сфери готельних послуг в умовах переходу від індустріального до постіндустріального суспільства та визначення засобів їх розв’язання, створення в Україні цивілізованої сфери готельних послуг, подолання обмеженості суто економічного погляду на готельне господарство, пошуку ефективних моделей господарювання у сфері послуг взагалі.**

**Кардинальні зміни в тенденціях розвитку сучасного туризму як соціально-економічного та культурно-комунікативного інституту об’єктивно потребують вжиття адекватних практичних заходів з боку суб’єктів туристської діяльності всіх рівнів. Подальший розвиток готельного господарства як важливої складової соціальної інфраструктури туризму має стати активним і ефективним засобом удосконалення сфери туризму, важливим чинником створення системи рекреації сучасного типу.**

**Дослідження зазначеної наукової теми передбачає врахування міжгалузевих принципів управління готельним господарством як соціальним об’єктом, виявлення за допомогою соціологічних досліджень взаємодії готельних комплексів з різними соціальними верствами, віковими групами населення, соціоекономічного осмислення наявної ресурсної бази, її реального стану та потенційних можливостей.**

**Перелічені обставини зумовили використання в дисертації як власне соціологічних методів, так і методів соціально-економічних та соціогуманітарних наук.**

Нині розвиток туризму і готельного господарства дедалі більше набуває характеру необхідного елемента соціальної політики. Туризм є не лише винятково вагомим сектором національної економіки, а й важливим соціальним інститутом, який виконує поряд з іншими рекреаційну функцію, спрямовану на збереження та відновлення трудового потенціалу і здоров’я населення, його духовний, культурний та фізичний розвиток.

Екстенсивний етап поступу туризму, коли інвестиційна політика була спрямована переважно на розвиток матеріальної бази, спричинив низку труднощів і протиріч, накопичення та невирішеність яких стримує реалізацію соціальних функцій вільного часу. За радянських часів сфера забезпечення громадян готельними послугами визначалася двома особливостями: по-перше, оскільки всі готельні підприємства були державними, то забезпечення відповідними послугами здійснювалось централізовано; по-друге, оскільки загалом невисока якість готельних послуг відповідала посередньому матеріальному добробуту громадян, то проблеми створення високоякісної індустрії гостинності на рівні європейських стандартів не існувало.

Разом з тим, у радянській державі діяла ціла низка закритих відомчих структур (підприємств), якість послуг у яких визначалася не матеріальною спроможністю користувача, а його статусним положенням, посадою, яку він обіймав.

Зі здобуттям Україною незалежності розпочалися демократичні перетворення в напрямку все більшої “відкритості” суспільства. Водночас виразнішою і прозорішою стала і соціально-економічна поляризація населення. За цих умов гроші почали повнішою мірою виконувати свою функцію в суспільстві, а попит і пропозиція товарів і послуг – приходити у більшу відповідність. У цих обставинах більшість готельних підприємств виявили свою невідповідність стандартам якості і тим самим неспроможність задовольняти підвищений попит користувачів.

Ринкові відносини, які розвиваються в контексті демократизації та соціалізації держави і суспільства, загострили старі та породили нові соціо-економічні проблеми, в тому числі й у сфері готельного господарства. Ці проблеми пов’язані насамперед з нерівномірністю завантаження готелів, збитковістю виробництва туристського продукту, зменшенням виробничої туристської потужності, застарілою технологією обслуговування, відсутністю належних інформаційних технологій, бідністю реклами та нерозвиненістю механізмів масової реалізації готельних послуг. Мережа готельних підприємств, що активно формувалась упродовж 70-80-х років, створювалась за проектами, які нині не відповідають міжнародним стандартам.

Істотні структурні зміни в економіці України, кризові явища в цій сфері вкрай загострили процес інтеграції нашого готельного господарства у світовий ринок послуг, гальмуючи створення позитивного іміджу України. При цьому проблема якості послуг стала однією з центральних у комплексі соціально-економічних завдань туристської сфери.

Розв’язання зазначених питань потребує нових концептуальних підходів до проблеми формування цивілізованого ринку готельних послуг, враховуючи, що прогресивні перетворення є одним з основних факторів інтенсивного економічного і соціального розвитку держави й суспільства загалом.

 Однією з причин кризи в готельному господарстві є порушення рівноваги структурних елементів її системи, недосконале державне регулювання, відсутність аналізу соціальних потреб та емпіричних досліджень формування, розвитку й удосконалення потреб різних соціальних груп населення в готельних послугах, вкрай нерозвинена система наукових досліджень у сфері готельних послуг, низький рівень конкурентоспроможності готельних підприємств, нестача кваліфікованих працівників.

Наукова проблема дисертаційного дослідження полягає у фактичній відсутності понятійного апарату соціології туризму, слабкій теоретичній розробці змісту, напрямів та особливостей функціонування і розвитку інфраструктури туризму.

**Мета і задачі дослідження.** Метою дисертації є з’ясування шляхів, форм і методів вдосконалення готельного господарства як елемента інфраструктури туризму, виявлення зв’язку між економічними та соціальними чинниками готельної системи.

Досягнення поставленої мети реалізується шляхом формування таких науково-дослідних задач:

* визначити поняття туризму як соціального явища та його основні ознаки;
* з’ясувати коло явищ у туристській сфері, що мають соціальний зміст;
* визначити економічні, соціальні та соціокультурні функції туризму;
* визначити місце і роль готельного господарства та його складових в соціальній інфраструктурі туризму;
* виявити й типологізувати соціально-економічні та соціально-психологічні чинники, що сприяють розвитку готельного господарства в Україні або гальмують його;
* з’ясувати особливості державного регулювання діяльності готельних підприємств;
* узагальнити світовий досвід розвитку готелів як специфічної сфери гостинності та виявити можливості його застосування в Україні;
* виявити наявні резерви підвищення якості готельних послуг у вітчизняній сфері туризму і на цій підставі створити моделі вірогідних технологій їх оптимального використання.

*Об’єктом дослідження*є готельне господарство як елемент соціальної інфраструктури туризму.

*Предмет дослідження* – соціально-економічні чинники діяльності готельного господарства.

*Методи дослідження.* Застосовано основні соціологічні та економічні методи дослідження, а саме: неформалізований метод аналізу документів, що став джерелом емпіричної інформації (аналіз даних статистики, звітів, стандартів, законодавчих актів, міжнародних угод, документів планування); компаративний метод; економіко-статистичний метод аналізу; анкетне опитування; метод експертних оцінок.

**Наукова новизна одержаних результатів**  полягає в тому, що вперше у вітчизняній економічній соціології з питань туризму застосовано не “сферний”, суто економічний підхід до тлумачення соціальних чинників туризму, що здебільше імітує соціологічний підхід, а власне соціологічний, що розглядає та аналізує туризм як соціальне та соціокультурне явище. На підставі такого підходу в дисертації:

* визначено сутність туризму та його ознаки; стверджується, що туризм є інституціональною формою розважально-пізнавального подорожування, яка створюється завдяки функціональній гостинності з боку приймаючої сторони (і, отже, основними ознаками туризму є, по-перше, подорожування як спосіб пізнання, розваги та рекреації і, по-друге, функціональна гостинність, що покликана раціонально й оперативно забезпечувати привабливість, комфортність та змістовність такого подорожування);
* підкреслено синкретичний характер туризму як такого способу рекреації та розвитку особистості, який органічно поєднує в собі задоволення економічних, соціальних (комунікативних), пізнавальних, естетичних, вітальних (біологічних) потреб;
* сформульовано ті соціальні та соціокультурні функції туризму, які до останнього часу випадали з поля зору дослідників (комунікативна, естетична, гедоністична);
* з’ясована макрорівнева інтегруюча роль туризму в процесі глобалізації та визначена її (ролі) специфіка, що полягає в спрямованості туризму на пацифістські, ненасильницькі й непрагматичні шляхи інтеграції, а також на етнокультурну мультиплікацію і строкатість;
* охарактеризовано соціальні чинники туристської інфраструктури і готельного господарства; розведено поняття послуги, в яке закладено здебільше економічний, вартісний смисл, і поняття обслуговування, що має суто соціальний (комунікативний, соціокультурний, соціально-психологічний) зміст; на відміну від послуг з їх тенденцією до диверсифікації (подрібнення і спеціалізації) і, отже, до утворення нових різних за цінами послуг обслуговування не підлягає диверсифікації і має усталений характер;
* дослідженнями доведено, що за сучасних соціально-економічних умов в Україні готельне господарство більшою мірою орієнтовано на функціонування, ніж на розвиток; водночас спостерігається ситуація зростання економічної ефективності соціально-психологічних та соціокультурних чинників туристської інфраструктури в цілому, готельного господарства зокрема (особливо служби приймання та розміщення), що свідчить про наявність резервів розвитку вітчизняної індустрії туризму;
* засвідчена тенденція до впровадження “малих форм” туризму (диверсифікації), що може сприяти подоланню застарілих стандартів надання послуг, невиправданої орієнтації на “західні зразки” та створенню економічно ефективної системи самобутніх вітчизняних (національних) зразків обслуговування і гостинності;
* доведено, що сучасна система обов’язкової сертифікації фактично дублює систему ліцензування в сфері готельних послуг за критеріями готовності підприємств до надання відповідних послуг;
* розроблено принципові схеми поліпшення соціальної інфраструктури туризму в Україні на основі поєднання інноваційних здобутків світового туризму з вітчизняним досвідом;

До елементів новизни можна також віднести спроби дисертанта дати розгорнуту класифікацію туризму, обгрунтовані припущення про “ланцюгову реакцію” опосередкованого впливу туристських поїздок на підвищення економічної й трудової активності людей, про нагальну затребуваність у сфері туризму інноваційного, конкурентноспроможного менеджменту.

Туризм, як специфічна сфера народного господарства, є порівняно новим об’єктом наукових досліджень.

Оскільки в часи колишнього СРСР ця сфера діяльності була сильно ідеологізована, то й теоретичні розробки з цих питань мали досить поверховий характер. Дослідження різнобічних аспектів туристської проблематики в Україні активізувались із середини 80-х років. Характерно, що в цей період з’явилась низка монографічних праць, де туризм розглядався як соціально-економічна категорія, але дуже мало уваги приділялось науковому вивченню елементів, що формують туристську сферу. Слід зазначити, що в системі міждисциплінарних досліджень проблем розвитку туризму географічні, медичні, пізнавальні аспекти домінували над соціально-економічними. Тому низький рівень використання потужного туристського потенціалу України можна пояснити не лише недоліками державної політики, а й недостатньою теоретичною обгрунтованістю економічної стратегії його освоєння як на національному так і на регіональному рівнях.

На сьогоднішній день найбільш сформованою можна вважати систему наукових поглядів, пов’язаних з дослідженням просторових аспектів розміщення туристських ресурсів та їх фізико-географічної оцінки, методології формування та розвитку територіальних рекреаційних систем, їх функціональної структури, впливу географічних факторів на туристський потенціал та рівень його освоєння, географії туристських потоків тощо. Вагомий внесок у розвиток цієї наукової дисципліни зробили українські вчені М.П. Крачило (“Географія туризму”) [60], О.І. Шаблій (“Соціально-економічна географія України”) [148]; В.І. Мацола (“Рекреаційно-туристичний комплекс України”) [75], Б.П. Яценко (“Економічна і соціальна географія зарубіжних країн”) [150], В.К. Федорченко, О.О. Любіцева (“Організація туризму в Україні і за рубежем”) [139], Ф.Д. Заставний (“Географія України”) [32]; та ін. Географічні аспекти туризму висвітлені також у працях російських учених В.С. Преображенського (“Рекреационная география, ее состояние и перспективы”, “География рекреационных систем СССР) [99], Ю.А. Веденіна (“Рекреационная деятельность и экология человека”) [10], І.В. Зоріна [34] та багатьох інших.

Економічні дослідження туристської проблематики з питань економічної та соціальної ефективності розвитку туризму як галузі, теоретичного обгрунтування шляхів перспективного використання туристського потенціалу та механізмів управління цим процесом відображені в працях українських фахівців: Н.М. Кузнецової (“Основи економіки готельного та ресторанного господарства”) [61], В.Г. Герасименка (“Основы туристского бизнеса”) [13], Л.О. Іванової (“Маркетингові можливості сучасного готельного бізнесу в Україні”) [36]; російських учених: В.О. Квартальнова (“Туризм, экскурсии, обмены: современная практика”) [48], (“Стратегический менеджмент в туризме”) [54], Д.К. Ісмаєва (“Международное гостиничное хозяйство по материалам зарубежных публикаций”) [42], (“Маркетинг иностранного туризма в РФ”) [41], І.Т. Балабанова (“Экономика туризма”) [4], В.С. Сеніна (“Организация международного туризма”) [112]; зарубіжних учених: Р.А. Браймера (“Основы управления в индустрии гостеприимства”) [9], Ф. Котлера (“Маркетинг. Гостеприимство и туризм”) [57], Пітера Р. Діксона (“Управление маркетингом”) [94], Д. Уокера (“Введение в гостеприимство”) [137] .

Соціологічний підхід до тлумачення соціальної інфраструктури, що характеризує зв’язки матеріально-речового середовища і соціального суб’єкта (особистості, групи, класу, суспільства) пов’язаний з дослідженнями П.О. Сорокіна (“Система социологии”) [120], Е.А. Якуби (“Социальная структура общества, ее элементы”) [149]; дослідження соціальної структури та соціальної стратифікації відображені в працях Е.О. Дюркгейма (“О разделении общественного труда: Метод социологии”) [29], Г.В. Осипова (“Методы измерения в социологии”) [84]; проблеми демографії висвітлені в працях І.М. Прибиткової [98], Л.Л. Рибаковського та ін. У розвиток соціологічних знань про використання соціологічної теорії для аналізу господарських відносин значний внесок зробили В.М. Ворона (“Економічна соціологія”) [11], Г.І. Заславська, Р.В. Ривкіна, (“Социология экономической жизни”) [31], В.Є. Пилипенко (“Социальная регуляция трудового поведения” [93], Є.І. Суїменко (“Труд как социологическая категория. К поискам новой парадигмы”) [122], Ю.І Саєнко (“Моделирование показателей развития социальной инфраструктуры”) [109], В.І. Тарасенко (“Социология потребления: методологические проблемы”) [128], В.В. Радаєв (“Экономическая социология”) [106], та ін. Туризм як соціальний інститут розглядається в наукових працях В.С. Пазенка [134], Ю.І. Яковенка [134].

На жаль, цілісні соціально-економічні дослідження інфраструктури туризму, ні в економічній, ні в філософській та соціологічній літературі поки не розглядалися. Питання, пов’язані з дослідженням місця і ролі готельного господарства в соціальній інфраструктурі туризму є найменш розробленими. Бракує емпіричних досліджень в сфері туризму, практично не вивчені соціальні чинники і функції інфраструктури туризму.

Зусиллями вчених-фахівців чимало зроблено для теоретичного узагальнення практики туристської справи: зокрема, досягнуто значних успіхів у розробці понятійного апарату туризму в його сучасній інтерпретації. Новітні глосарії туристських довідників [34, 50, 141] містять як загальні дефініції – “турист”, “туризм”, “туристика”, так і конкретні поняття, що рефлексують різноманітні форми туристської діяльності: “сфера туризму”, “соціальний туризм”, “соціолізація туризму” тощо. Особливо інтенсивно, з огляду на соціальну та економічну ефективність, розробляється в теоретико-понятійному аспекті проблематика туризму як особливого виду виробництва та споживання: “готельне господарство”, “індустрія туризму”, “туристський продукт”, “готельні послуги”, “туристський ринок” тощо.

Слід зазначити, що існують міжнародні вимоги до використання понять та дефініцій, а саме публікації Всесвітньої туристської організації (ВТО) щодо статистики туризму [107], однак спостерігаються істотні відмінності в значеннях, які надають у кожній країні туристським термінам. Такі відмінності підкреслюють різноманіття людських, технічних і фінансових ресурсів, а також підкреслюють труднощі у вивченні туризму як складної соціально-економічної системи, в якій багатогалузевий виробничий комплекс, що називається інфраструктурою туризму, є лише одним із складових компонентів.

Враховуючи вищевикладене, автор вважає за необхідне визначитись із понятійним апаратом, який буде використано в процесі подальшого дослідження і який лежить в основі навчального посібника “Туристський словник-довідник” [141] за редакцією В.К. Федорченка та автора дисертації.

 Так, під поняттям “турист” слід розуміти особу, яка здійснює подорож у межах своєї країни або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування, метою на термін від 24 годин до шести місяців без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов’язанням залишити країну в зазначений термін [141]. Поняття “туристська інфраструктура” трактується як сукупність шляхів сполучення, готелів, туристських фірм тощо, які забезпечують виробництво туристських послуг [141].

 Доцільно відмітити широкий спектр понять, що характеризують готельне господарство, – “засоби розміщення”, “готельний бізнес”, “індустрія туризму” тощо. Це пов’язано з впровадженням у життя визначень зарубіжної практики, тому автор вважає за необхідне використання в тексті цих понять, як таких, що найповніше відповідають системі готельного господарства майбутнього. Поняття “засоби розміщення” ширше, ніж “готельне господарство”, і має на увазі підприємства, які надають за плату послуги розміщення та інші послуги туристам, у тому числі у приватних квартирах, на дачах, віллах та інших приміщеннях, що здаються в оренду; поняття “готельний бізнес” перекладається як “готельна справа”, а “індустрія туризму” передбачає сукупність виробництв різних галузей господарства, закладів культури, освіти, науки, що забезпечують створення матеріально-технічної бази туризму, підготовку кадрів та процес виробництва, реалізації й споживання туристського продукту на основі використання природних багатств, матеріальних і духовних цінностей суспільства.

Дуже часто нині зустрічається поняття “гостинність”, яке введено експертами конфедерації “ХОТРЕК” і означає прийом гостей, тобто є найважливішою споживчою властивістю туристського продукту. Гостинність як науковий термін визначає систему заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарчих і культурних запитів гостей туристських підприємств, їх запобігливого обслуговування наданням низки послуг. Поняття “послуги” трактується як результат безпосередньої взаємодії виконавця та споживача, а також особиста діяльність виконавця, спрямована на задоволення потреб споживача. “Готельна послуга” – це результат діяльності готельного підприємства, спрямований на задоволення відповідних потреб туриста [142].

 Процес обслуговування являє собою двосторонній зв’язок між клієнтом та службовцем. Розрізняють індивідуальне та комплексне обслуговування туристів. Найбільш вдалим пояснення цих термінів можна вважати таке: “обслуговування індивідуальне” – обслуговування, за якого береться до уваги все, що подобається або не подобається гостю як особистості, а “обслуговування туристів комплексне” – обслуговування туриста на всіх етапах його подорожі, що включає розміщення, харчування, організацію екскурсій, послуги гіда-перекладача, транспортні послуги, трансфер тощо [50][[1]](#footnote-1).

**Практичне значення одержаних результатів** визначається можливістю впровадження запропонованої в роботі системи класифікації засобів розміщення гостей, що базується на розподілі їх за формами (готельного і неготельного типів), видами (колективні, індивідуальні) та типами (тайм-шер, кондомінім, автофургон, ротель). Упровадження динамічної моделі якості послуг в діяльність підприємств готельного господарства сприятиме створенню вітчизняної системи гостинності за європейськими критеріями.

Сформульовано рекомендації щодо створення умов подальшого розвитку інфраструктури туризму з виділенням таких пріоритетів: підтримка на державному рівні внутрішнього та іноземного туризму; розробка оптимальних форм залучення вітчизняних та іноземних інвестицій; розширення мережі малих підприємств шляхом розробки програми державної підтримки малого підприємництва в сфері готельного господарства в Україні; розробка та впровадження законодавчих актів, які здатні регулювати діяльність саме готельних підприємств.

Розроблені і реалізовані на практиці рекомендації щодо виключної важливості соціологічного підходу при створені моделі оціночного механізму якості готельних послуг, впровадження нової системи класифікації засобів розміщення, системи стандартів та удосконалення нормативно-правової бази готельного господарства знайшли своє відображення у галузевих програмах: “Уніфіковані технології готельних послуг” та “Державній програмі розвитку туризму в Україні до 2010 року”, навчальних посібниках та в процесі проведення лекційних і семінарських занять.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення дисертаційної роботи апробовано на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях: “Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія” (18–20 жовтня 1999 р., м. Київ) [82]; “Харьковские социологические чтения – 99” (25–26 листопада 1999 р., м. Харків); “Психолого-педагогічні проблеми удосконалення професійної підготовки фахівців сфери туризму в умовах безперервної освіти” (24-25 квітня 2001 р., м. Київ) [81]; “Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості” (10 жовтня 2001 р., м. Київ); аспірантських читаннях: “Сучасна гуманітарна культура: науково-методологічні засади” (6 квітня 2000 р., м. Київ) [79]; “ХХІ століття і сучасна науково-практична інноваційна культура” (11 квітня 2001 р., м. Київ) [80]

Основні положення дисертації висвітлено у 3 наукових фахових виданнях, 4 доповідях на конференціях та 3 навчальних посібниках: “Основні тенденції розвитку соціальної інфраструктури туризму” // Вісник Харківського Національного університету ім. В.Н. Каразіна “Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи”. Харків, 2000 [76]; “Готельні послуги: соціально-технологічний вимір” // Міжвузівський збірник наукових праць “Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики”, Київ–Одеса, 2000 [77]; “Основні аспекти соціального планування розвитку туристської інфраструктури” // Мультиверсум. Філософський альманах. Київ, 1999 [78] та у навчальних посібниках: “Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг”. – К.: Логос, 1999 [140]; “Туристський словник-довідник”. – К.: Дніпро, 2000 [141]; “Уніфіковані технології готельних послуг”. – К.: Вища шк., 2001 [142] та ін.

**Особистий внесок здобувача.** У публікації [140] особисто автору належать положення, присвячені розробці варіантів запитань для виявлення оцінки якості готельних послуг. У публікації [141] автор підготував 280 статей, що пояснюють значення та характеризують туристські терміни. У публікації [142] автору належить методика формування бази даних засобів розміщення, загальна характеристика засобів розміщення у м. Києві.

**Висновки**

Вітчизняне готельне господарство, як і інші явища в житті нашого суспільства, перебуває на роздоріжжі. Слабко окреслені ті процеси, що зумовлюють прискорення туристського розвитку. Критичне осмислення ситуації в галузі є конструктивною передумовою для визначення місця готельного господарства в комплексі соціально-економічних перетворень.

Упродовж 90-х років не вдалося звести докупи і скоординувати різні науково-прикладні напрямки розвитку туристської інфраструктури та міжнародного спілкування. Науково-промисловий комплекс не вбачав у туристській інфраструктурі застосування своєї конструкторської та інженерно-технічної думки.

Аналіз теоретичних розробок з туристської проблематики свідчить про відсутність єдності в понятійному апараті та інструментарії досліджень у галузі туризму. Відкритим залишається питання про дефініції та розмежування туристських термінів, бракує чіткої систематизації основних компонентів туристського попиту і пропозицій, статистичних показників розвитку туристської інфраструктури. Все це призвело до неефективної діяльності вітчизняних підприємств готельного господарства, неузгодженості, відсутності єдності за формами їх володіння, управління та рівнями комфорту. Неабияку роль у занедбаності стану готельного господарства відігравало нехтування соціальними його чинниками, тлумачення культури туризму як певного “додатку” до вартості послуг, а не як самоцінності.

Саме ця обставина й спонукала дисертанта до необхідності визначення передусім соціальної сутності туризму. Останній як наукове поняття має подвійний статус. З одного боку, воно висвітлює економічні явища сфери туризму, з іншого – соціокультурні. Туризм як економічне, господарське явище є предметом економіки туризму. Економіка туризму вивчає господарську діяльність, пов’язану із забезпеченням туристських подорожей та розваг, а також проживання різноманітними послугами, що потребують вартісних оцінок і розрахунків. На відміну від економіки туризму, соціологія туризму має ширше предметне поле вивчення й дослідження. Передусім вона вивчає туризм як соціальне, соціокультурне явище і, отже, всю сукупність дій, поведінку та стосунки суб’єктів туризму з погляду виконання останнім своїх соціально-культурних функцій. Водночас у предметне поле соціології туризму входять ті соціальні явища, які безпосередньо пов’язані з господарською діяльністю та економічними чинниками туризму і детермінують ними або ж виступають як соціально-особистісні механізми цієї діяльності (настанови, орієнтації, мотиви діяльності, соціально-економічна поведінка працівників сфери туризму). Між економічними, господарськими та соціальними, соціокультурними чинниками туризму існують пряма кореляція та взаємовплив. Чим більшою мірою задіяні в господарювання фінансові, кадрові та інші ресурси, чим вища якість послуг, тим повніше задовольняються соціокультурні потреби туристів (“гостей”), тим більшого соціального та культурного значення набуває сфера туризму. І, водночас, чим вище культура обслуговування, чим вище рівень професійності, обізнаності та ділової етики, тим ефективніша її економічна, господарсько-виробнича діяльність.

Оскільки в сучасній вітчизняній науці більш опрацьованими є економічні аспекти туризму, в дисертації було звернено увагу на соціокультурний зміст та соціокультурну сутність туризму. З цього погляду туризм можна вважати інституціоналізованою формою розважально-пізнавального подорожування, яка створюється завдяки функціональній гостинності з боку сторони, що приймає. Отже, специфічними ознаками туризму як соціокультурного феномену є розважально-пізнавальне подорожування та забезпечуюча його гостинність.

Таким чином, соціологічне поняття туризму поєднує в собі соціальні аспекти господарської, соціально-інституціональної, соціокультурної та соціально-психологічної діяльності із забезпечення та перебігу туристського подорожування зі всіма його формами, різновидами та функціями.

Подальший аналіз туризму як соціального явища виявив необхідність доповнення дисертантом відомих у теорії й практиці туризму таких його функцій, як економічна, рекреаційна, пізнавальна, культурна, інтеграційна, іншими, що опинились поза увагою вчених і практиків, а саме – комунікативною, естетичною, гедоністичною функціями.

Світовий досвід туризму, його поглиблений аналіз навели нас на думку про посилення його ролі та значення на макрорівні суспільного розвитку. Як спосіб плідної в усіх відношеннях рекреації та задоволення потреб естетичного споглядання, туризм має всі ознаки “незацікавленого” (непрагматичного) ставлення людини до світу, і в міру того, як усе більша кількість людей різних країн світу, вирішивши належним чином свої матеріальні проблеми, прагне до задоволення своїх духовно-розважальних потреб, посилюється соціальна роль і впливове значення туризму в світовому розвитку. Саме він усе більшою мірою стає одним із своєрідних способів глобалізації (інтеграції) сучасного світу. Специфіка його інтегрувальної ролі полягає ось у чому:

* туризм, як спосіб інтеграції країн і держав, має виключно пацифістський, доброзичливий характер на відміну від асиміляторських її форм;
* він не лише не насаджує норм і стандартів життя пануючих у світі наддержав, а навпаки, зорієнтований на етнокультурну мультиплікацію та збереження строкатості культур, тобто спрямований проти монокультури й нівелювання;
* виконуючи економічні функції, він разом з тим спрямований на інтеграцію країн і народів на духовній, непрагматичній, людяній основі.

Звичайно, не можна переоцінювати інтегрувальні можливості туризму. Політичні та економічні чинники, як відомо, відіграють вирішальну роль у процесі глобалізації світу, характері та напрямах його інтеграції, однак не варто й недооцінювати соціально-культурну роль туризму як перспективного інтегратора в міру його розвитку й поширення.

Основна увага в дисертації надається аналізу соціальної інфраструктури туризму.

Відсутність у 1989-1993 рр. структур і важелів державного регулювання туризму призвела до руйнування важливих складових інфраструктури туризму, відпливу значних валютних коштів за кордон. Порушення системи напрацьованих зв‘язків і турів, підготовки та використання досвідчених кадрів скоротило кількість іноземних туристів.

Аналіз виявив основні гальмівні чинники розвитку туристської інфраструктури, що пов’язані, насамперед, з недосконалим податковим законодавством України; відсутністю відповідної реклами туристсько-рекреаційних можливостей України на державному рівні; низькою якістю та вузьким асортиментом готельних послуг при слабкому використанні соціологічних досліджень у процесі їх сертифікації; слабким державним регулюванням тощо.

Створення і функціонування малих підприємств у сфері готельного господарства пов’язані з організаційно-економічними труднощами і потребують розробки комплексу заходів щодо їх фінансової підтримки.

Специфіка вітчизняного ринку готельних послуг полягає в недостатньому використанні досвіду розвитку стандартизації та слабкій погодженості існуючої практики з міжнародним досвідом.

Відсутність досвіду впливу та достойного опанування з боку організацій щодо захисту прав споживачів призвела до того, що система обов’язкової сертифікації фактично дублює систему ліцензування в сфері готельних послуг за критеріями готовності підприємств до надання відповідних послуг. Маркетинговий аналіз якості послуг є поодиноким випадком на ринку готельних підприємств.

Вивчення досвіду розвитку готельних підприємств у зарубіжних країнах дає підстави стверджувати, що світове готельне господарство, незважаючи на негативний вплив економічних, соціальних та політичних криз, залишається стабільною галуззю економіки, свідченням чого є показники середньорічного завантаження номерного фонду (65–70% упродовж останніх років).

Механізм функціонування міжнародного туристського ринку визначається загальним законом попиту і пропозиції, що регулює просування продукту до споживача та його реалізацію. Кінцевим результатом цієї діяльності для виробника готельних послуг є отримання максимально можливого прибутку, а для споживача – задоволення його потреб у готельних послугах.

Попит і пропозиція на ринку готельних послуг врівноважуються завдяки маркетинговій діяльності суб’єктів ринкових відносин. Для вирішення проблем підвищення якості надання готельних послуг зарубіжні підприємства стають на шлях укрупнення окремих виробничих одиниць. У світі практично не залишається окремих готелів, які не пов’язані з іншими готелями або їх об’єднаннями (готельними ланцюгами). В основі кожного готельного ланцюга лежить власна система бронювання, що забезпечує стабільне завантаження готелів. Для забезпечення відповідності готелів прийнятим нормативам і стандартам готельні об‘єднання йдуть на створення не тільки потужних централізованих постачальницьких організацій, а й спеціалізованих підприємств з виробництва та ремонту обладнання й меблів. Об’єднання готелів ставить собі за мету: 1) забезпечення конкурентоспроможності на ринку готельних послуг за рахунок високої якості обслуговування; 2) забезпечення ефективної діяльності шляхом стабільного завантаження готелів.

Структуру сучасного ринку засобів розміщення формують разом з традиційними підприємствами готельного господарства, так звані нетрадиційні, або додаткові, засоби розміщення, які виникли впродовж останніх 30-ти років і стрімко розвиваються. Саме нетрадиційні засоби розміщення успішно конкурують з традиційним готельним господарством і створюють загрозу його існуванню.

Отже, структурні зміни на ринку готельних послуг, посилення конкуренції в умовах ринку змушують традиційні готельні підприємства шукати нові маркетингові стратегії шляхом спеціалізації пропозиції, надання послуг високого стандарту якості, сегментації ринку туристського попиту, пошуку не заповнених ніш ринку, диверсифікації послуг у готельному господарстві, підпорядкуванні всіх сторін життєдіяльності підприємства реалізації прийнятої концепції, екологізації пропозиції, кооперації як засобу виживання готельного сектора в конкурентній боротьбі із сектором додаткових засобів розміщення.

Спостерігаються зміни у філософії надання готельних послуг. Готель перестав бути об’єктом, у якому “надають ночівлю” або “надають послуги проживання”, а став домівкою поза межами дому. Зовсім зникає з ужитку слово “клієнт”, оскільки в готелі приймають “гостей”. Ці зміни знайшли відображення у конкретних заходах: настанова на задоволення потреб покупця і прагнення їх задовольнити; настанова на задоволення цих потреб з метою отримання вигоди у вигляді прибутку. Очевидним стає факт, що особливістю наступного періоду є очікування від готельного підприємства більш високого рівня обслуговування, ніж той, який воно може запропонувати сьогодні. Конкурентоспроможність сучасного готельного підприємства визначається як можливість відповідати передовим технологіям “світової індустрії гостинності” та здійснювати постійні інновації.

З метою адаптації до змін кон’юнктури ринку і коливань попиту вітчизняним готельним підприємствам необхідно враховувати закономірності теорії динамічної концепції якості послуг.

На основі проведеного аналізу теоретико-методологічних аспектів досліджень туристської сфери, визначення місця і ролі готельного господарства в соціальній інфраструктурі туризму, вивчення сучасного стану готельного господарства в Україні та особливостей його державного регулювання, проведення соціологічних досліджень якості готельних послуг, у дисертаційній роботі розроблено заходи з удосконалення та модернізації функціонування підприємств готельного господарства, а також можливі напрямки підвищення якості надання готельних послуг. Конструктивні результати наукового дослідження складаються з таких положень:

1. На основі аналізу стану та рівня розвитку туристської інфраструктури в умовах ринкової економіки обгрунтовано необхідність модернізації підприємств готельного господарства, підвищення якості послуг шляхом використання системи соціологічних досліджень та впровадження нових моделей управління.
2. Аналіз чинників розвитку туристської інфраструктури, узагальнення зарубіжного досвіду підтверджує необхідність комплексного підходу до вивчення проблем галузі та розробки і впровадження механізмів, що базуються на якісному задоволенні потреб туристів через систему готельних підприємств.
3. Методами маркетингових досліджень визначено пріоритетні напрямки розвитку готельних підприємств, що передбачають впровадження нової системи класифікації засобів розміщення; впровадження уніфікованих технологій та комплексної автоматизації технологічних процесів; підвищення рівня сервісу шляхом впровадження основоположних стандартів в діяльність підприємств туризму.
4. Запропоновано методичні рекомендації щодо підвищення рівня сервісу як фактора ефективного функціонування готельного господарства України.
5. Розроблено рекомендації з питань соціального планування розвитку туристської інфраструктури на основі комплексної системи туристського обслуговування.

**список використаних джерел**

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.
2. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Современная социальная психология на западе. – М.: МГУ, 1978. – 271 с.
3. Арнольдов А.И., Кругликов В.А. Культура, человек и картина мира. – М.: Политиздат, 1997. – 349 с.
4. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по экон. спец. и направлениям. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 173 с.
5. Барановский М. И. Комплексы отдыха и туризма. – К.: Будівельник, 1985. – 104 с.
6. Бауман З. Мыслить социологически: Учеб. пособие // Пер. с англ. под ред. А.Ф. Филлипова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 255 с.
7. Большой экономический словарь // Под ред. А. Н. Азрилияна. – 4-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 1248 с.
8. Борисова Ю.Н. Менеджмент гостиничного и ресторанного обслуживания (перевод с англ.). – М.: ВШГХ, 1997.– 243 с.
9. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства (перевод с англ.). – М.: Аспект Пресс, 1995. – 382 с.
10. Веденин Ю.А. Рекреационная деятельность и экология человека. – М.: Наука, 1998. – 157 с.
11. Ворона В.М., Пилипенко В.Є. Економічна соціологія. – К.: Інститут соціології НАН України, 1997. – 273 с.
12. Гаазька декларація по туризму. Міжпарламентська конференція по туризму. Гаага (Нідерланди), 10 – 14 квітня 1989 р. // Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п’яти томах. Т. 5. – Ужгород: ІВА, 2000. –280 с.
13. Герасименко В.Г. Основы туристского бизнеса: Учеб. пособие. – Одесса: Черноморье, 1997. – 160 с.
14. Гидденс Е. Социальная стратификация // Социол. исследования. – 1992. –№ 7,9,11.
15. Гідденс Е. Соціологія / Пер. з англ. В.Шовкун, А.Олійник; наук. ред. О.Іващенко. – К.: Основи, 1999, – 726 с.
16. Головач А. В., Єріна А. М., Козирєв О. В. та ін. Статистика. Підручник для вузів. – К.: Вища шк., 1993. – 622 с.
17. Городяненко В.Г. Соціологія: Посібник. – К.: Академія, 1999. – 378 с.
18. ГОСТ 30335–95. Туристсько-екскурсійне обслуговування Послуги населенню. Терміни і визначення; Введ. 01.01.97. – К.: Держстандарт України, 1996. – 5 с.
19. ГОСТ 28681.1–95. Туристсько-екскурсійне обслуговування. Проектування туристських послуг; Введ. 01.01.97. К.: Держстандарт України, 1996. – 13 с.
20. ГОСТ 28681.2–95. Туристсько-екскурсійне обслуговування Туристські послуги. Загальні вимоги; Введ. 01.01.97. К.: Держстандарт України, 1996. – 14 с.
21. ГОСТ 28681.3–95. Туристсько-екскурсійне обслуговування. Вимоги по забезпеченню безпеки туристів і екскурсантів; Введ. 01.01.97. К.: Держстандарт України, 1996. – 15 с.
22. ГОСТ 28681.4–95. Туристсько-екскурсійне обслуговування. Класифікація готелів; Введ. 01.01.97. К.: Держстандарт України, 1996. – 17 с.
23. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности: Учеб. пособие / Моск. акад. экон. и права. – М.: Нолидж, 1996. – 312 с.
24. Данило Ж. Маркович В. Социология и современное общество // Образование и рынок . – 1998. – № 2. – С. 74 – 77.
25. Дворецька Г.В., Соціологія: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1999. – 340с.
26. Додонов Б.И. Эмоция как ценность. – М.: Политиздат, 1978. – 272 с.
27. ДСТУ ІSО 9004-2-96. Управління якістю та елементи системи якості. Частина 2. Настанови щодо послуг; Введ. 01.07.97. – К.: Держстандарт України, 1996. – 21 с.
28. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие. – Минск: Экономпресс, 1998 . – 399 с.
29. Дюркгейм Э.О. О разделении общественного труда. Метод социологии / Пер. с фр. – М.: Прогресс, 1991. – 364 с.
30. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса: Учеб. пособие. – М.: Ось, 1989. – 192 с.
31. Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни: Очерки теории. – Новосибирск: Наука, 1991. – 216 с.
32. Заставний Ф.Д. Географія України. – Львів: Світ, 1993. – 560 с.
33. Здравомыслов А.Т. Потребности. Интересы. Ценности. – М.: Политиздат, 1996. – 223 с.
34. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Толковый словарь туристских терминов: Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. – М. – Афины: INFOGROUP, 1994. – 407 с.
35. Иванов В.Н. Социальные технологии в современном мире, – М.: Славянский диалог, 1996. – 335 с.
36. Іванова Л.О. Маркетингові можливості сучасного готельного бізнесу в Україні. – Львів, 1997. – 36 с.
37. Ильина Е.Н. Туризм – путешествие: создание туристской фирмы, – М.: РМАТ, 1997. – 169 с.
38. Інструкція про порядок видачі суб’єктам підприємництва спеціальних дозволів (ліцензій) на діяльність, пов’язану з наданням туристських послуг: Затв. наказом Держ. комітету статистики України 17.05.96 №ЛП–12/26 // Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п’яти томах. Т. 4. –Ужгород: ІВА, 2000. – 340 с.
39. Інструкція про умови і правила здійснення підприємницької діяльності, пов’язаної з наданням туристських послуг, і контролі за їх дотриманням: Затв. наказом Держ. комітету статистики України 17.05.96 №ЛП–12/26 // Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п’яти томах. Т. 4. – Ужгород: ІВА, 2000. – 340 с.
40. Исмаев Д.К. Краткий словарь технологических терминов международного туризма. – М.: ТОО Луч, 1994. – 96 с.
41. Исмаев Д.К. Маркетинг иностранного туризма в РФ: Учеб. пособие. – М.: ВШТГ, 1998. – 224 с.
42. Исмаев Д.К. Международное гостиничное хозяйство по материалам зарубежных публикаций. – М.: ВШТГ, 1997. – 180 с.
43. Исмаев Д.К. Основы стратегии и планирования маркетинга в иностранном туризме. – М.: ТОО Луч, 1994. – 221 с.
44. Исмаев Д.К. Работа туристской фирмы по организации зарубежных поездок. –М.: НОУ Луч, 1996. – 136 с.
45. Кабалкин А. Ю. Законодательство в сфере обслуживания. – М.: Знание, 1984. – 139 с.
46. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. пособие. – Минск.: БГЭУ, 1999. – 644 с.
47. Капитонов Э.А. Социология ХХ века. История и технологии: Учеб. пособие. – Ростов-на-Дону, 1996. – 504 с.
48. Квартальнов В. А. Туризм, экскурсии, обмены: современная практика. – М.: Наука, 1993. – 415 с.
49. Квартальнов В.А., Федорченко В.К. Туризм социальной истории и современности . – К.: Вища шк., 1989. – 338 с.
50. Квартальнов В.А. Туристский терминологический словарь. – М.: Советский спорт, 1999. – 664 с.
51. Квартальнов В.А. Мировой туризм на пороге 2000 года: прогнозы и реальность. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 96 с.
52. Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика. Избранные труды. В 5-ти т. Т.4. Иностранный туризм. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 312 с.
53. Квартальнов В.А. Современные концепции социального туризма (новые цели и структурные сдвиги). – М.: Наука, 1993. – 416 с.
54. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 490 с.
55. Кириллов А.Т., Волкова Л.А. Маркетинг в туризме. – С.-Петербург: Из-во С.-Петербургского ун-та, 1996. – 184 с.
56. Кифяк В. Ф. Організація та розвиток міжнародного туризму в Україні (регіональні аспекти): Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.01 / НАН України. Ін-т регіон. досліджень. – Львів, 1997. – 20 с.
57. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
58. Кравченко А.И. Общая социология. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 479 с.
59. Кравченко А.И. Социология для экономистов. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 336 с.
60. Крачило Н.П. Географія туризму. – К.: Вища шк., 1987. – 208 с.
61. Кузнецова Н. М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства. – К.: Федерація профспілок України, Інститут туризму, 1997. – 173 с.
62. Кузьмин В.П. Принцип системности в теории и методологии К. Маркса. – М.: Технол. шк. бизнеса, 1980. – 254 с.
63. Кулагіна Г. Д., Попелева С. В., Сенін В. С. Статистика туризму. Навчальний посібник. – М.: МЕСІ, 1996.– 176 с.
64. Курс соціально-економічної статистики: Підручник. Під редакцією проф. М.Г. Назарова – 2-ге вид., перероб. та доп. – М.: Фінанси та статистика. 1985. – 157 с.
65. Кючукова Н., Крыстев Т. Человек, его среда и свободное время. – София, 1972. – 234 с.
66. Лукашевич Н.П., Туленков Н.В. Социология: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 1998. – 273 с.
67. Лукашевич Н.П., Туленков Н.В. Спеціальні та галузеві соціологічні теорії: Навч. посібник. К.: МАУП, 1999. – 342 с.
68. Лукьянова Л.Г. Интерьер гостиниц. – К.: Вища шк., 1991.– 246 с.
69. Макеєв С.О., Чорноволенко В.П., Оссовський В.Л. та ін. Соціологія. – К.: Українська енциклопедія ім. М.П. Бажана, 1999. – 115 с.
70. Манильская декларация по мировому туризму. Всемирная конференция по туризму. Манила (Филиппины), 27 сентября – 10 октября 1980 р. //Организационно-правовые основы туристского и гостиничного бизнеса. Нормативно-правовые документы. – М.: Финстатинформ, 1998. – 534 с.
71. Маркетинг туристстких направлений в режиме он-лайн. – ВТО (Мадрид), 1999. – 197 с.
72. Маркс К. и Энгельс Ф. Сочинения. Т.46, ч.г., М., 1969. – 678 с.
73. Марчук П.П. Соціологія: Навч. посібник. – Тернопіль, 1998. – 300с.
74. Маркович Д. Социология труда. – М.: Прогресс, 1988. – 632 с.
75. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України. – Львів, 1997. – 259 с.
76. Мініч І.М. Основні тенденції розвитку соціальної інфраструктури туризму // Вісник Харківського Національного університету ім. В.Н. Каразіна. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. – Харків. – 2000. – № 462. – С. 163 – 167.
77. Мініч І.М. Готельні послуги: соціально-технологічний вимір // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. Міжвузівський збірник наукових праць (Випуск 6 – 7) // Київський універ. імені Тараса Шевченка; Відп. ред. Яковенко Ю.І. – К. – Одеса, 2000. – С. 61 – 77.
78. Мініч І.М. Основні аспекти соціального планування розвитку туристської інфраструктури // Мультиверсум. Філософський альманах: Зб. наук. праць // Вип. 9. – К.: Укр. Центр духовної культури, 1999. – С. 150 – 158.
79. Мініч І.М. Роль туризму у формуванні сучасної гуманітарної культури // Сучасна гуманітарна культура: науково-методологічні засади. Аспірантські читання. Наукові доповіді та повідомлення (6 квітня 2000 р.) . – К.: Вид-во КІТЕП, 2000. – С. 34 – 36.
80. Мініч І.М. Соціальні аспекти розвитку готельного господарства як елемента інфраструктури туризму // ХХІ століття і сучасна науково-практична інноваційна культура. Матеріали ІІІ-х аспірантських читань (м. Київ, 11 квітня 2001 р.). – К.: Вид-во КІТЕП, 2001. – С. 12 – 16.
81. Мініч І.М. Психолого-педагогічні аспекти європейського досвіду підготовки фахівців сфери послуг // Психолого-педагогічні проблеми удосконалення професійної підготовки фахівців сфери туризму в умовах безперервної освіти. Наукові записки Київського інституту туризму, економіки і права. – К.: НПЦ перспектива, 2001. – Т.1. – С. 34 – 37.
82. Мініч І.М. Соціально-екологічна мотивація діяльності туристських підприємств // Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (18 – 20 жовтня 1999 р., м. Київ). – К.: Вид-во КІТЕП, 1999. – С. 209 – 211.
83. Мультиверсум. Філософський альманах: Зб. наук. праць – Вип. 3 / Інститут філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України; Відп. ред. В.В.Лях. – К.: Український Центр духовної культури, 1999. – 225 с.
84. Осипов Г.В., Андреев Э.П. Методы измерения в социологии. – М.: Наука, 1997. – 231 с.
85. Оспанов С.И. Об обьекте и предмете социологии: логико-гносеологическое осмысление // Социс. – 1998. – №3. – С. 67.
86. Основні показники роботи готелів України за 1998 рік. Статистичний бюлетень. – К.: Держкомітет України, 1998. – 19 с.
87. Основні показники роботи готелів України за 1999 рік. Статистичний бюлетень. – К.: Держкомітет України, 1999. – 24 с.
88. Основні показники роботи готелів України за 1997 рік. Статистичний бюлетень. – К.: Держкомітет України, 1997. – 21 с.
89. Основні показники Державної програми розвитку туризму до 2005 року та діяльності туристичних підприємств України. – К.: Держкомітет України по туризму, 1996. – 25 с.
90. Панина Н.В. Технология социологического исследования: Курс лекций / НАН Украины, Ин-т социологии. – К.: Ин-т социологии, 1998. – 276 с.
91. Папирян Г.А. Маркетинг в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 157 с.
92. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. М.: Экономика, 2000. – 207 с.
93. Пилипенко В.Е. Социальная регуляция трудового поведения: /Социол. анализ/ НАН Украины, Ин-т социологии. – Киев: Наук. думка, 1993. – 127 с.
94. Питер Р. Диксон. Управление маркетингом /пер. с англ. О.Н. Беленова . – М.: ЗАО Изд-во БИНОМ, 1998. – 556с.
95. Пузакова Е.П., Честникова В.А. Международный туристический бизнес. – М.: Экспертное Бюро, 1997. – 175с.
96. Полторак В. (Днепропетровск) Маркетинговые исследования: сущность, методы, технологии / Социология: теория, методы, маркетинг. – 2000. – №1. –С. 108 – 129.
97. Правила користування готелями і надання готельних послуг в Україні: Затв. наказом Держкомітету України по житлово-комунальному господарству, Держкомітету України по туризму 10.09.96 №77/44 // Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п’яти томах. Т.4. – Ужгород: ІВА, 2000. – 340 с.
98. Прибыткова И. Урбанизация в Украине на пороге ХХІ века // Социология: теория, методы, маркетинг. – 1999. – №3. – С. 31 – 41.
99. Преображенский В.С., Веденин Ю.А. Рекреационная география, ее состояние и перспективы // Социально-экономические и географические аспекты исследования территориальных рекреационных систем. – М.: Наука, 1980. – С. 55 – 79.
100. Про туризм: Закон України від 15.09.95 №325/95-В // Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п’яти томах. Т.1. – Ужгород: ІВА, 1999. – 328 с.
101. Про захист прав споживачів: Закон України від 15.12.93 №3682–ХІІ // Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п’яти томах. Т.1. – Ужгород: ІВА, 1999. – 328 с.
102. Про рекламу: Закон України від 03.07.96 №270/96–ВР // Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п’яти томах. Т.1. – Ужгород: ІВА, 1999. – 328 с.
103. Про основні напрямки розвитку туризму в Україні до 2010 року. Указ Президента України від 10.08.99 №973/99 // Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п’яти томах. Т.1. – Ужгород: ІВА, 1999. – 328 с.
104. Про стан та перспективи розвитку туризму в Україні. Інформаційно-аналітичний матеріал до парламентських слухань. – К.: КІТЕП, 2000. – 88 с.
105. Програма забезпечення захисту та безпеки туристів на 1996–2000 рр.: Затв. Постановою Колегії Державного комітету України по туризму від 08.10.96 №96–15 // Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п’яти томах. Т.1. – Ужгород: ІВА, 1999. – 328 с.
106. Радаев В.В. Экономическая социология: Курс лекций: Учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 368 с.
107. Рекомендации по статистике туризма. – ВТО: Нью-Йорк, 1994. – 103 с.
108. Родионов Б.Л. Коммуникация как социальное явление / Отв. ред. В.Е. Давидович, Ижевск. мех. ин-т. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост. ун-та, 1984. – 143 с.
109. Саенко Ю.И. Моделирование показателей развития социальной инфраструктуры / отв. ред. Н.Н. Чурилов; АН УССР, Ин-т философии. – К.: Наук. думка, 1991. – 167 с.
110. Сапрунова В. Туризм. Эволюция. Структура. Маркетинг. – М.: Ось, 1997. – 160 с.
111. Сбор статистических данных по внутреннему туризму. Издание ВТО. Мадрид, 1995. – 119 с.
112. Сенин В. С. Организация международного туризма. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 399 с.
113. Смелзер Нейл. Социология . – М.: Фенико, 1994. – 688 с.
114. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: В 2т. – М., Л., 1931.
115. Смоллбоуд Д. (Великобританія), Велтер Ф. (Германия), Исакова Н. География и развитие рынков малых предприятий Украины //Социология: теория, методы, маркетинг. – 2000. – №2. – С. 113 – 121.
116. Соловьёв Б.Л., Толстова Л.А. Менеджмент гостеприимства. – М.: Российская международная академия туризма, 1997. – 108 с.
117. Соціологія короткий енциклопедичний словник /під заг. ред. В.І. Воловича. – К.: Український Центр духовної культури, 1998. – 727 с.
118. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: Зб. наук. пр. // Київський універ. імені Тараса Шевченка; Відп. ред. Яковенко Ю.І. – К. – Одеса, 2000.
119. Сорокин П.О. Человек. Цивилизация. Общество. – М.: Политиздат, 1992. – 542 с.
120. Сорокин П.О. Система социологии: В 2 т. / РАН, Ин-т социологии. – М.: Наука, 1993. – / Социол. наследие /. Т.1: Социальная аналитика: Учение о строении простейшего (родового) социального явления. – 447 с.
121. Соціологія: Короткий енциклопедичний словник. Уклад.: В.І.Волович, В.І. Тарасенко, М.В. Захарченко та ін.; під заг. ред. В.І. Воловича. – К.: Укр. центр духовної культури, 1998. – 736 с.
122. Суїменко Є.І. Культурне життя українського суспільства в ринково-конкурентних умовах // Культура і сучасність. – 2000. – №1. – С. 116 – 124.
123. Суименко Е.И. Труд как социологическая категория. К поискам новой парадигмы // Проблеми розвитку соціології на сучасному етапі (теоретичні та методичні питання). – К., 1994.
124. Статистичний щорічник України за 1998 рік / Держкомстат України; За ред. О.Г. Осауленка; Відп. за вип. В.А. Головко. – К.: Техніка, 1999. – 576 с.
125. Статистичний щорічник України за 1999 рік / Держкомстат України; За ред. О.Г. Осауленка; Відп. за вип. В.А. Головко. –К.: Техніка, 2000. – 578 с.
126. Стаускас В.П. Градостроительная организация районов и центров отдыха. Л.: Стройиздат, 1977. – 164 с.
127. Столяров Г. Туристичний ринок та його формування // Географія та основи економіки в школі. – 1998. – №2. – С. 9.
128. Тарасенко В.И. Социология потребления: методологические проблемы. –К.: Наукова думка, 1993. – 166 с.
129. Тарифно-квалификационные характеристики по должностям служащих. – М.: ИНФРАМ, 1998.
130. Тенденции и перспективы развития социальной инфраструктуры. М.: Знание, 1989. – 342 с.
131. Тощенко Ж.Т. Социальная инфраструктура: Сущность и пути развития. – М.: Политиздат, – 1980. – 320 с.
132. Тронько П.Т. Наукові засади розвитку туризму в Україні на сучасному етапі // Тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф. Туризм і завдання національно-культурного відродження України. – К., 1992. – С. 5 – 8.
133. Туризм в Україні. Стат. бюлетень. – К.: Держкоммолодьспорттуризм України, 1999. – 30 с.
134. Туризм на порозі ХХІ століття: освіта, культура, екологія: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (18–20 жовтня 1999 р., м. Київ). –К.: вид-во КІТЕП, 1999. – 268 с.
135. Ульянов В.А. Малые гостиницы в индустрии гостеприимства. – М.: РМАТ, 2000. – 106 с.
136. Универсальный энциклопедический словарь. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1999. – 1551 с.
137. Уокер Д. Введение в гостеприимство (перевод с англ.). – М.: Юнити, 1999. – 463 с.
138. Устойчивое развитие туризма: Пособие для специалистов по местному планированию. – Мадрид: издание ВТО, 1993. – 152с.
139. Федорченко В.К., Любіцева О.О., Бабарицька В.К. Організація туризму в Україні і за рубежем. – К.: вид-во КІТЕП, 1994. – 54 с.
140. Федорченко В.К., Мiнiч I.M. Готельне господарство: основнi показники, оцiнка якостi послуг. – К.: Логос, 1999. – 76 с.
141. Федорченко В.К., Мiнiч I.M. Туристський словник-довідник. – К.: Дніпро, 2000. – 155 с.
142. Федорченко В.К., Лук’янова Л.Г., Дорошенко Т.Т., Мініч І.М. Уніфіковані технології готельних послуг. – К.: Вища шк., 2001. – 237 с.
143. Фрейд З. Введение в психоанализ: Лекции.– М.: Республика, 1991. – 384 с.
144. Харічева Г. Я. Туристичний маркетинг (на прикладі туристичного комплексу Криму): Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.03 / Київ. держ. екон. ін-т. – К., 1996. – 18 с.
145. Хартія туризму. Кодекс туриста. // Туризм в Україні: Збірник нормативно-правових актів у п’яти томах. Т.5. – Ужгород: ІВА, 2000. – 280 с.
146. Чудновский А. Д. и др. Гостиничный и туристский бизнес. – М.: Экмос, 1998. – 352 с.
147. Черніна І.В. Міжнародний туризм як фактор соціально-економічного розвитку України: регіональний аспект: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.01 /НАНУ Ін-тут економіко-правових досліджень. – Донецьк, 2000. – 22 с.
148. Шаблій О.І. Соціально-економічна географія України. – Львів: Світ, 1997. –268 с.
149. Якуба Е. Социальная структура общества, ее элементы // Современное общество. – 1994. – №3.
150. Яценко Б.П. Економічна і соціальна географія зарубіжних країн. К.: Радянська школа, 1981. – 365 с.
151. Martha Farnsworth Riche, “Psycholographics for the 1990”, American Demographics, july 1989, 24 – 31

***Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке:*** [***http://www.mydisser.com/search.html***](http://www.mydisser.com/search.html)

1. [50] Квартальнов В.А. Туристский терминологический словарь. – М.: Советский спорт, 1999. – С. 303 [↑](#footnote-ref-1)