

ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Полчанінова І.Л., Становихіна С.В., Чередніченко А.П.
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова

У публікації розглядаються питання щодо суттєвих особливостей понятійної бази готельної діяльності як виду послуг. Досліджено наукові підходи до сутності терміну «готельна послуга», із узагальнення та уточнення яких логічно сформульовано авторське визначення понять «послуга» та «готельна послуга». Запропоновано авторську модель гостинності, яка враховує економічну складову організаційних і соціальних відносин.

Ключові слова: послуга, готельна послуга, готельний продукт, модель гостинності.

Постановка проблеми. В'їзний туризм є важливим джерелом валютних надходжень не тільки для промислово розвинених країн, але й для країн, що розвиваються. Так, наприклад, питома вага прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів та послуг становить: в Іспанії – 60%, Австрії – 40%, Греції – 36%, Швейцарії – 12%, Італії – 11%, Португалії – 21%, на Кіпрі – 52% [1]. В більшості країн, що розвиваються, на частку іноземного туризму припадає 10-15% прибутків від експорту товарів та послуг (Індія, Єгипет, Парагвай, Коста-Ріка). Однак у деяких країнах цей показник є значно вищим: Колумбія – 20%, Ямайка – 30%, Панама – 55%, Гаїті – 73% [1].

Україна в цьому переліку країн не виключена – в останнє десятиліття вітчизняний ринок туристських послуг і, відповідно, індустрія гостинності, розвиваються швидкими темпами, особливо у великих промислових і фінансових центрах країни, однак, треба відзначити, значимість цього сегмента для вітчизняної економіки в цілому поки істотно нижче, ніж це має місце в розвинених країнах [2, 3]. Щорічно туристи вивозять із України за рубіж понад 1 млн. дол., у той час, як на в'їзному туризмі країна заробляє трохи більше 100 тис. дол. у рік. Колись це співвідношення було чотири до одного на користь туристів з-за кордону. Вітчизняна туристська індустрія формує менше 1% сукупного ВВП [4]. Однією з основних причин такого стану справ є відсутність достатньої готельної бази, здатної прийняти іноземних туристів на світовому рівні, оскільки готельний бізнес і туризм тісно пов'язані між собою і багато в чому економічно залежні.

На сьогодні Україна займає одне з останніх місць в списку Європейських країн за кількістю готелів: на 1 готель припадає 27 тис. жителів, у той час як у Чехії – 2,3 тис., Естонії – 3,4 тис., Болгарії – 3,9 тис. [5]. У великих містах України сьогодні будуються 4-х- і 5-зіркові готелі, що відповідають світовим стандартам, але в цілому по країні картина залишається стабільно незадовільною. Наведені факти низького рівня розвитку готельної справи в Україні й вимоги нового часу ускладнюють завдання і роблять необхідними й затребуваними нові дослідження та нові способи впровадження їх в практику. Ці дослідження повинні відповісти на запитання, чому всі три механізми (державної політики, ініціатив бізнесу й вплив масової свідомості на реформи) не створили до теперішнього часу в жодному ре-

гіоні України готельного комплексу, що відповідав би світовим стандартам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній літературі проблемам формування й розвитку ринку готельних послуг приділяється значна увага серед учених. Значний вклад в розвиток готельної справи внесли О. О. Любіцева, Т. В. Черевичко, С. І. Байлік, дослідження яких концентрують увагу на питаннях регіональної проблематики туризму й гостинності, культурі обслуговування, ринкових механізмах [6–9]. Історія розвитку галузі, характер її систем управління, проблеми персоналу та якості готельних послуг висвітлені в працях А. Д. Чудновського, М. А. Жукової, Т. І. Ткаченко, В. Г. Федорченко, Т. А. Дьорової [10–13]. В. В. Іванов, А. Б. Волов, П. Р. Пуцентайло, Д. І. Єлканова сформулювали базові положення маркетингового підходу до готельного бізнесу, організаційно-економічного моделювання, розробці заходів антикризового управління [14–16]. В роботі С. С. Скобкіна визначені завдання й методи розробки стратегії розвитку готельної індустрії [17]. Л. М. Кузьменко, В. Ф. Семенов приділили увагу економічній характеристиці готельного бізнесу на регіональному рівні [18–19].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз робіт представлених вище авторів дозволяє зробити висновок про наявність наукового інтересу до питань розвитку ринку готельних послуг і ринку туризму. Однак, у вищезгаданих наукових працях недостатньо розглянуті характеристики й особливості готельної діяльності як виду послуг.

Мета статті полягає в уточненні сутності готельних послуг як основного сегмента ринку туризму та визначенні їх специфічних особливостей.

Виклад основного матеріалу. Завдання дослідження готельного господарства в основах своїх орієнтовано на аналіз ситуації в країні і пошук системних рішень зміни незадовільного її стану на краще. Це завдання з наукових позицій має свої окремі напрямки розгляду, які однаково актуальні на теренах всієї системи країн СНД і, в першу чергу, України та Росії. Корисний в цьому питанні й досвід закордонних фахівців.

Звернемо увагу, що такі відомі вчені як Дж. Шоул і Дж. Р. Уокер представили систематизовану структуру знань щодо забезпечення успіху в сфері готельних і туристських послуг. Дж. Р. Уокер висвітлює основи менеджменту в сфері гостинності, підкреслюючи високу ефек-

тивність професійних знань фахівців готельного профілю [20].

Джон Шоул – спеціаліст по питанням культури обслуговування. Він стверджує, що успіх в сфері послуг складається з трьох частин – якості продукту чи послуги, надійності та швидкості обслуговування, відношення до клієнта. Шоул постулює своє економічне розуміння сервісу та своє відношення до нього таким висловом – сервіс, а точніше його рівень якості, – це стратегія, й стратегія настільки ж потужна, як маркетинг, й настільки ж ефективна, як високоякісний продукт [21].

Питання формування ефективної структури готельних підприємств й угруповань та визначення функцій в готельній діяльності розроблені в працях С. Медлік і Х. Інграм. Вони орієнтують фахівців також на сервісну складову гостинності та необхідність введення інновацій [22].

А. Пфлегер в роботі [23] приводить базові стійкі правила організації менеджменту, розглядає принципи роботи з персоналом готелів. Характеристики готельних послуг в аспекті ринкової моделі бізнесу (якість, реклама, ціни) проаналізував М. Турковський. З його роботи [24] слідує, що ринковий механізм поки що працює недосконало, але до дійсно конкурентних умов підготовку треба проводити вже зараз.

В термінологію готельного бізнесу включено поняття «готельна справа» та «надання послуг». Надання послуг визначають як специфічний процес обслуговування клієнтів щодо тимчасового проживання, який, окрім того, побудований на економічних відносинах, тобто на платній основі [25].

Г.М. Юльчієва у роботі [26] систематизувала думки багатьох дослідників про те, що розуміється ними під терміном «послуга». Вона показала, що зміст цього поняття пройшов значний еволюційний шлях від «особливий вид благ, здатний приносити хазяїнові дохід» [27] до «результат корисної праці, що збільшує споживчу вартість його продукту» [28]. У загальнотермінологічному плані послугу визначають як «діяльність, що не матеріалізується в продукті, щось невлічимо». На думку авторів, у сучасній економіці послуга – це ринковий товар, що має споживчу вартість, і не передає свою матеріальну частину споживачеві. Безумовно, існують і неринкові послуги (добродійність, безкорислива допомога й ін.), але у всякому разі послуга несе в собі певні витрати (матеріальні, трудові, часові, емоційні).

Поняття «послуга» та «сфера послуг» мають досить складний зміст, їх трактовка (тлумачення) постійно уточнюються, але для конкретної цілі – формування погляду на готельну справу – нам корисно може послужити таке визначення: «сфера послуг – це сукупність галузей, підгалузей і видів діяльності, функціональне призначення яких в сфері суспільного виробництва виражається в виробництві та реалізації матеріальних і нематеріальних (духовних) послуг населенню» [29]. Звідси сфера готельних послуг має галузевий характер зі своєю внутрішньою специфікою організації та діяльності. Готельний бізнес чи готельна справа в широкому змісті входять в більш загальне поняття – готельне господарство, функція якого полягає в наданні платних послуг розміщення в готелях та аналогічних закладах. Спектр цих послуг досить широкий (проживан-

ня, харчування, культурне обслуговування тощо) і комплекс їх різновидів постійно збільшується. Специфікою готельного обслуговування є те, що сама послуга не може вироблятися окремо від існуючого матеріального продукту.

З розвитком туризму масштаби готельної сфери послуг доведені до типу індустріального виробництва, в зв'язку із чим до множини готелів і всіх інших засобів розміщення правомірно застосовувати поняття «підприємства індустрії гостинності». Їх продуктом є «комплекс фізичних, соціальних і емоційних компонентів» [30]. Обслуговування у готелі – це система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські та культурні запити гостей [30].

Саме послуга, по Ф. Котлеру, – «це будь-який захід або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій і які в основному невідчутні і не приводять до заволодіння чим-небудь» [31]. Визначають, що готельні послуги не мають матеріальної форми, не підлягають зберіганню. Щодо терміну «готельні послуги», то в його змісті акцентується увага науковців на «діях підприємства по розміщенню споживача» [32], на розумінні готельної послуги як «результату взаємодії готельного комплексу та клієнта, діяльність обслуговуючого персоналу по задоволенню потреб клієнта» [33], надання приміщення для проживання та здійснення супутніх послуг [34]. Деякі автори ототожнюють готельні послуги з готельним продуктом [35]. Є ще значний перелік визначень поняття «готельна послуга», але головне, що важливо підкреслити в науковому визначенні, так це те, що в силу складності потреб клієнта й «нематеріальності» самої послуги, це поняття формується та сприймається суб'єктивно. Виїхавши з готелю, гість залишає собі від нього тільки пам'ять і деякі відчуття. З цього положення випливає деякий комплекс характеристики готельного бізнесу: безпосередня орієнтація на потреби клієнтів, в характері виробництва пріоритетно розглядається сам процес обслуговування, а якість послуг має подвійну оцінку: з одного боку – це певний загальноприйнятий стандарт, а з іншого – та оцінка, з якою послуга сприймається гостем (споживачем). А це означає, що готельна послуга, за критерієм її оцінки, не стільки «стандарт» або «очікування», скільки ступень задоволення споживача. З авторських позицій, готельна послуга – це комплексна система матеріальних і нематеріальних елементів речовинної, трудової і соціокультурної природи, що надається споживачеві в тимчасове користування та забезпечує комфортні умови і різноманітні потреби клієнта в період його перебування в готелі.

Комплекс додаткових та супутніх послуг теж є значним та різноплановим: послуги харчування, побутові, медичні, інформаційно-довідкові, торговельні, спортивно-оздоровчі, розважальні, послуги бізнесової орієнтації. Дістали розвиток і нові ексклюзивні послуги – особистої охорони, індивідуальні екскурсії, замовлення подарунків та ін.

В теоретичному плані важливо визначити кореневі принципи й особливості послуг гостинності. Цей аспект М. П. Мальська та І. Г. Пандяк пропонують розглядати в логічному форматі «моделі гостинності» [36], до якої включають чо-

Категорійний зміст	Складові характеристики	м а р к е т и н г	Фактори забезпечення якості готельних послуг	
Гостинність як базова категорія готельної справи	1 гуманітарна		ПОСЛУГА (продукт готельного бізнесу)	Умови проживання
	2 соціальна			Відношення персоналу
	3 економічна			Культура обслуговування
	4 комерційна			Спектр додаткових послуг і їх якість
	5 управлінсько-функціональна			Операційний режим діяльності
	6 технологічна			Якість і надійність матеріальної бази
Стандарти якості	Індивідуальні оцінки якості			

Рис. 1. Особливості та змістовні характеристики поняття «гостинність»

Джерело: розроблено авторами на основі [36]

тири основні концепції: гуманітарну, технологічну, функціональну та комерційну. Розкриваючи зміст цих складових гостинності, вказані автори відмічають суттєве значення іміджу готелю й культури обслуговування, якості технологічного процесу обслуговування, механізм управління всередині готелю та завдання забезпечення прибутковості. Такий підхід є доцільним, оскільки він комплексно характеризує основи готельної справи. Але до цього слід додати, що гостинність є соціальнозначущим атрибутом людських відносин, і в перспективах розвитку готельної справи ця сторона є пріоритетною. Тому в моделі складових гостинності, на відміну від запропонованої в роботі [36], змістовну структуру гостинності складають шість характеристик (рис. 1).

Таким чином, треба підкреслити, що соціальна, а не економічна складова, більш важлива з позицій формування досконаліших, ніж зараз, корпоративно-громадських відносин, а готельний бізнес несе не тільки економічну відповідальність, але й соціальну, культурологічну, знанієву, громадську, що розширює його гуманітарний аспект.

Теж саме стосується й комерційної складової гостинності. Вона має значення тільки для власника готелю. Для регіональної системи та національного господарства гостинність є умовою більш широкого економічного змісту, тобто вона приймає участь в повномасштабному економічному процесі (витрати, прибуток, його розподіл, вплив на рівень життя населення, грошовий обіг ті ін.). В такому разі гостинність як категорія не тільки готельного бізнесу, але й економіки, має й економічну складову організаційних і соціальних відносин.

Висновки і пропозиції. Розвиток туризму в Україні помітно відстає від реальних можливос-

тей використання наявного потенціалу, що визначається природно-географічними умовами, наявністю історичних та культурних пам'яток, інтересом у світі до нашої країни і її окремих регіонів. Недоотриманий країною дохід від індустрії туризму щорічно обчислюється сотнями мільйонів доларів.

Розбалансованість туристського ринку викликана неякісним виконанням функцій обслуговування та нерозвиненістю інфраструктури туризму. Це обумовлює необхідність серйозних змін у готельній сфері. Наразі економічні дослідження готельного господарства утруднені рядом проблем, у т.ч. у термінології.

Визначено різноплановість трактовок багатьох термінів. Досліджено економічний зміст термінів «послуга», «готельна послуга», «гостинність», відмічено, що в сфері послуг готельна індустрія має свою специфіку, яка полягає в тісному зв'язку з туризмом, клієнтськими вимогами, структурою номерного фонду, рівнем сервісу та ін. Але цю роботу не можна розглядати як завершений процес, оскільки час змінює знання, уявлення, оцінки, зв'язки понять між собою.

Особливості послуг гостинності в дослідженні розглядається з економічних, організаційних і соціальних позицій, що обумовлює системні його зв'язки як з економікою в цілому, так і з цілою гамою людських факторів.

Результати дослідження можуть бути використані органами державної влади, керівниками, власниками і менеджерами підприємств готельної галузі при розробці методів збору статистичних даних, постановці завдань стратегічного розвитку, оцінюванні стану готельного господарства.

Список літератури:

1. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 [електронний ресурс] – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf
2. Інформаційно-аналітичні матеріали до парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України» [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://komsport.rada.gov.ua/uploads/documents/30566.pdf>
3. Стратегія розвитку туризму і курортів на 2016-2020 роки (проект) [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.knteu.kiev.ua/file/NjY4NQ==/e1227acdf34bb4a1da39d384139b9d7a.pdf>
4. Романюк С. Туристична галузь України: руїна чи низький старт? / С. Романюк // *Новости турбізнесу*. – 1.12.2015. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://novosti-turbiznesa.info/article/turistichna_galuz_ukraini_ruina_chi_nizkij_start.html

5. Global hospitality insights: Top 10 thoughts for 2016 [електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.eu.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-hospitality-insights/\\$FILE/EY-global-hospitality-insights-2016.pdf](http://www.eu.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-hospitality-insights/$FILE/EY-global-hospitality-insights-2016.pdf)
6. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – 2-е вид., перероб. та доп. / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2003. – 436 с.
7. Черевичко Т. В. Теоретические основы гостеприимства: учеб. пособие / Т. В. Черевичко. – М.: Флинта: МПСИ, 2008. – 285 с.
8. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: учеб. пособие для студентов вузов / С. И. Байлик. – К.: Альтерпрес; ВИРА-Р, 2002. – 249 с.
9. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Оснащение, евроремонт, эксплуатация: учеб. пособие / С. И. Байлик. Гостро постають гостеприимства залучення іноземних і вітчизняних інвестицій. – К.: Дакор; ВИРА-Р, 2003. – 296 с.
10. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления / А. Д. Чудновский [и др.]. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
11. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе / М. А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 192 с.
12. Ткаченко Т. І. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: Монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін., за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с.
13. Федорченко В. К. Історія туризму в Україні / В. К. Федорченко, Т. А. Дьорова. – К.: Вища школа, 2002. – 195 с.
14. Иванов В. В. Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе / В. В. Иванов, А. Б. Волков. – М.: Инфра-М, 2010. – 336 с.
15. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник / П. Р. Пуцентейло. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
16. Елканова Д. И. Основы индустрии гостеприимства / Д. И. Елканова, Д. А. Осипов, В. В. Романов, Е. В. Соколова. – М.: Дашков и Ко, 2009. – 248 с.
17. Скобкин С. С. Экономическая стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие / С. С. Скобкин. – М.: ГОУ ВПО «РЭА имени Г. В. Плеханова», 2010. – 106 с.
18. Кузьменко Л. М. Управление функционированием и развитием экономики региона: монография / Л. М. Кузьменко. – Донецк: НАН Украины: Ин-т экономики промышленности, 2004. – 284 с.
19. Семенов В. Ф. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності / В. Ф. Семенов, М. Д. Балджи, В. М. Мозгалова; за ред. В. Ф. Семенова: монографія. – Одеса: Вид-во «Optimum», 2008. – 201 с.
20. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство. Introduction to Hospitality – 4-е изд.: пер. с англ. / Дж. Р. Уокер. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 735 с.
21. Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / Джон Шоул; пер.с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 338 с.
22. Медлик С. Гостиничный бизнес. Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000) / С. Медлик, Х. Инграм. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 239 с.
23. Пфлегер А. Отель. Как выстроить дело с нуля до пяти звезд / А. Пфлегер. / пер. с нем. О. В. Барышевой. – М.: Центрполиграф, 2008. – 239 с.
24. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг / Марек Турковский; пер. И. Иванюк. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 296 с.
25. Волкова А. А. Логистические системы организации управления обслуживанием в гостиничном хозяйстве: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А. А. Волкова. – Санкт-Петербург, 2004. – 182 с.
26. Юльчиева Г. Н. Организация гостиничного хозяйства в условиях глобализации экономики / Г. Н. Юльчиева; Отв. ред. Ж. Фролова. – Алматы: Классика, ЦАУ, 2004. – 450 с.
27. Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии / Жан-Батист Сэй. Экономические софизмы; Экономические гармонии / Фредерик Бастиа; [сост., вступ. ст. и коммент. М. К. Бункиной и А. М. Семенова]. – М.: Дело: Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, 2000. – 232 с.
28. Немцова С. М. Рынок образовательных услуг в России и проблемы управления качеством образования / С. М. Немцова // Изв. вузов Сев. Кав. регион. Обществ. науки. – Ростов н/Д, 1996. – № 2. – С. 74-82.
29. Морозова М. А. Стратегия тарифного регулирования деятельности гостиничного предприятия: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / М. А. Морозова. – СПб., 2001. – 217 с.
30. Роглев Х. Й. Основы готельного менеджменту. Навчальний посібник / Х. Й. Роглев. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
31. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студ. Вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз / Р. Б. Ноздрева (ред. пер. с англ.). – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 1046 с.
32. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг. Затверджено Наказ Державної туристичної адміністрації України 16.03.2004. № 19 [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04>
33. Мунін Г. Б. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. посіб. / Г. Б. Мунін, А. О. Змійов, Г. О. Зінов'єв, Є. В. Самарцев, О. О. Гаца, К. П. Максимець, Х. Й. Роглев / За редакцією члена-кор. НАН України, д.е.н., проф. С. І. Дорогунцова. – К.: Ліра-К, 2005. – 520 с.
34. Єфімова О. П. Економіка готелів і ресторанів: навч. посібник / О. П. Єфімова, Н. А. Єфімова, Т. А. Олєфіренко; під ред. Н. І. Кабушкіна. – 2-ге вид. – М.: Нове видання, 2005. – 396 с.
35. Король С. Я. Бухгалтерський облік у готельному господарстві. Навч. пос. / С. Я. Король. – К.: КНТЕУ, 2005. – 354 с.
36. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 470 с.

Полчанинова І.Л., Становихина С.В., Череди́ченко А.П.

Харьковский национальный университет городского хозяйства
имени А.Н. Бекетова

ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Аннотация

В публикации рассматриваются вопросы существенных особенностей понятийной базы гостиничной деятельности как вида услуг. Исследованы научные подходы к сущности термина «гостиничная услуга», из обобщения и уточнения которых логично сформулировано авторское определение понятий «услуга» и «гостиничная услуга». Предложена авторская модель гостеприимства, которая учитывает экономическую составляющую организационных и социальных отношений.

Ключевые слова: услуга, гостиничная услуга, гостиничный продукт, модель гостеприимства.

Polchaninova I.L., Stanovyhina S.V., Cherednichenko A.P.

O.M. Beketov National University of Urban Economy

CHARACTERISTIC FEATURES AND ECONOMIC ESSENCE OF HOTEL SERVICES

Summary

The publication is addressed to the essential features for conceptual framework problems of hotel business as a form of services. The scientific approaches to the essence of the term «hotel services» are researched and exposed. The definition of «service» and «hotel services» has been proposed. The authoring model of hospitality, which takes into account the economic component of organizational and social relations, is formed.

Keywords: service, hotel services, hotel product, hospitality model.

УДК 330.111.4:332.14

ЗАКОНОМІРНОСТІ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПРОДУКТИВНИХ СИЛ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Попело О.В.

Чернігівський національний технологічний університет

У статті доведено, що найбільш загальні і суттєві взаємозв'язки і залежності між явищами і процесами у природі і суспільстві формуються під впливом економічних законів і закономірностей. Розкрито сутність поняття «економічні закони». Систематизовано закономірності розвитку продуктивних сил. Під якими автор розуміє об'єктивно існуючий, постійний, причинно-наслідковий взаємозв'язок між економічними сферами та явищами в регіональному економічному просторі. Досліджено, що модернізації продуктивних сил притаманні закономірності, які значною мірою впливають на секторальну спрямованість та обсяги виробництва, ефективне використання ресурсного потенціалу з метою зростання добробуту населення.

Ключові слова: продуктивні сили, економічні закони, закономірності, інновація, модернізація, глобалізація, євроінтеграція.

Постановка проблеми. Ефективність регіонального розвитку в умовах посилення інтеграції країни у світовий економічний простір знаходиться у прямій залежності від організації управління процесами модернізації продуктивних сил територіальних формувань та країни в цілому. Така система управління повинна забезпечити оптимальне поєднання всіх складових елементів господарського механізму регіону з метою формування конкурентоспроможного господарства та вирішення основного завдання – підвищення добробуту населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним і практичним аспектам модернізації продуктивних сил регіонів присвятили наукові

праці такі вчені, як: О. Амоша, З. Герасимчук, М. Бутко, В. Вакуленко, В. Варнавський, С. Варналій, Б. Винницький, В. Геєць, Б. Данилишин, М. Долішній, С. Дорогунцов, В. Захарченко, С. Іщук, Е. Лібанова, В. Мікловда, С. Мочерний, Я. Олійник, Т. Пепа, Л. Федулова, Л. Чернюк, М. Чумаченко, А. Чухно та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на численні дослідження, питання модернізації продуктивних сил у контексті сучасної парадигми державної регіональної політики потребує подальшого вивчення та аналізу.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження та узагальнення закономірностей мо-