

- Tourism Council. New Levels of Innovation in Sustainable Tourism URL: <http://www.wttc.org> (дата обращения 23.03.2012)
3. Национальная ассоциация сельского туризма. [Электронный ресурс].- режим доступа <http://www.naturs.ru/>, свободный. - Загл. с экрана (дата обращения: 8.04.2012)
  4. Baltic Country Holidays. Professional information.[Электронный ресурс].- режим доступа [http://www.celotajs.lv/cont/prof/assoc/definition\\_en.html](http://www.celotajs.lv/cont/prof/assoc/definition_en.html), свободный. - Загл. с экрана (дата обращения: 8.04.2012)
  5. Университет Пурдю, США. Материалы исследовательской программы Discoverey park.[Электронный ресурс].- режим доступа [discoverypark.e-enterprise.purdue.edu](http://discoverypark.e-enterprise.purdue.edu)
  6. Bartmann B., Baum T., 1998, Promoting the Particular as a Niche Cultural Tourism Development Strategy in Small Jurisdictions, Progress in Tourism and Hospitality Research 1998, Proceedings of the Eighth Australian Tourism and Hospitality Research Conference, Bureau of Tourism Research, Australia.
  7. Department for food and rural affairs. Tourism statistic.[Электронный ресурс].-режим доступа <http://www.defra.gov.uk/statistics/rural/the-rural-economy/rural-tourism/> свободный. - Загл. с экрана (дата обращения: 8.04.2012)
  8. Europe in figures. Eurostat Yearbook 2010 // URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (дата обращения 20.03.2012 )
  9. European Commission, (1995) Marketing Quality Rural Tourism. Leader Technical Dossier, March 1995.
  10. European Union: [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)
  11. French agency for tourism development (AFIT). ».[Электронный ресурс].-режим доступа [www.afit-tourisme.fr](http://www.afit-tourisme.fr), свободный. - Загл. с экрана (дата обращения: 8.04.2012)
  12. Rural development policy 2007-2013».[Электронный ресурс].-режим доступа [http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_en.htm) свободный. - Загл. с экрана (дата обращения: 8.04.2012)

339.9

*Буйко О.В., аспирант,  
ТНУ имени В.И. Вернадского*

### УСЛУГИ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА

Современная сфера туризма характеризуется усложнением процесса обслуживания, многообразием основных услуг. Туризм среди прочих отраслей непродуцированной сферы экономики в большей степени подвержен воздействию внешних факторов. В этом смысле влияние глобального финансового кризиса на мировую туристскую индустрию не является исключением, и, конечно, большинство специалистов говорят о негативных последствиях нестабильности мировой экономики для дальнейшего развития туристского бизнеса. Мировой экономический кризис коснулся практически всех отраслей мировой экономики. Индустрия туризма и гостеприимства также не избежала отрицательных последствий его влияния. Количество международных путешествий снизилось во всем мире. В соответствии с данными Всемирной туристской организации, количество международных туристских прибытий в 2009 году снизилось по отношению к 2008 году на 4% до 880 млн. прибытий. Во многих странах остановилось строительство гостиниц, большое количество гостиниц было закрыто.

Чтобы определить степень влияния мирового финансового кризиса на услуги по размещению, необходимо провести анализ статистических данных, сравнить показатели до пика кризиса и после.

Актуальность исследования очевидна, так как мировой туризм и услуги по размещению приобретают первостепенную роль в развитии экономики стран, обеспечивая десятую часть мирового валового внутреннего продукта (ВВП). Эта отрасль экономики развивается быстрыми темпами и в ближайшие годы станет наиболее важным ее сектором.

Научный интерес к теме исследования обусловлен как актуальностью темы, так и недостаточностью научных работ, посвященных комплексному анализу развития рынка гостиничного бизнеса и изменениям услуг по размещению под влиянием мирового финансового кризиса.

Существующая научная литература рассматривает отдельные аспекты данной проблематики. Зарубежные исследователи имеют тенденцию к формализации своего анализа и сосредоточении на отдельных параметрах и частных технических вопросах. Выборка анализируемых зарубежными учеными стран обычно не включает Украину. Труды отечественных экономистов, опубликованные по данной проблематике в последние годы, практически не затрагивают гостиничный сегмент. Работы российских специалистов по гостиничной тематике в основном касаются вопросов организационного и операционного управления отелями.

Представляется, что еще не были опубликованы комплексные исследования роли влияния мирового финансового кризиса на услуги по размещению. Данное научное исследование представляет собой попытку частично восполнить этот пробел.

Целью статьи является на основе статистического и частично литературного обзора выявить тенденции изменений услуг по размещению в условиях экономического кризиса.

Традиционно в качестве основных элементов сферы гостеприимства выделяют размещение, питание, трансферт (транспорт), отдых. Каждый из сегментов в единстве с другими является неотъемлемой частью динамично развивающейся индустрии гостеприимства, которая ежедневно оказывает влияние на миллионы людей во всем мире.

Таким образом, место услуг размещения в туристской индустрии может быть представлено двояко: во-первых, как часть тура, комплексной туристской услуги; во-вторых, как отдельная туристская услуга, например, в случае неорганизованного туризма [1, с. 281-282].

Средством размещения в сфере туризма и путешествий считается любой объект размещения, который регулярно или эпизодически предоставляет туристам место для ночлега. На международном уровне средство размещения рассматривается как объект, «предоставляющий для путешественника размещение на ночь в комнате или в каком-либо ином помещении, однако число мест, которое в нем имеется, превышает определенный минимум групп лиц, превышающих отдельную семейную единицу; а все места в данном заведении подчинены единому руководству коммерческого типа, даже если оно не ставит целью извлечение прибыли» [2].

Продукт, предлагаемый сектором услуг по размещению, принято рассматривать как «предложение гостиничного предприятия на рынке услуг гостеприимства, представляющее собой, как правило, комбинацию двух-трех базовых услуг» [3].

В данном исследовании проведен анализ гостиниц и аналогичных заведений стран Евросоюза и Украины, основываясь на данных Евростата и Укрстата. Все показатели приведены за период с 2006 по 2010 гг.

Для начала выясним, что же относится к гостиницам и подобным заведениям в Европе и Украине, и дадим соответствующие определения.

К гостиницам и аналогичным средствам размещения относятся: гостиницы и отели, гостиницы квартирного типа и апартаменты, мотели, придорожные гостиницы, пляжные отели и курортные гостиницы, клубы, меблированные комнаты и пансионаты, туристические резиденции и другое подобное жилье. В данном исследовании мы рассматриваем именно эту категорию средств размещения туристов.

В Украине специализированные заведения выделены в отдельную категорию. Данные заведения включают санаторно-курортные организации (санатории и пансионаты, санатории-профилактории, оздоровительные лагеря, бальнеологические и грязелечебницы и пр.), базы и дома отдыха, кемпинги и турбазы, средства размещения в общественных, наземных и водных видах транспорта (поезда, круизные суда, яхты), конгресс-центры.

Для целей данного исследования для Украины в состав гостиниц и аналогичных средств размещения включены также специализированные заведения, хотя для стран Евросоюза такого разделения нет. Прочие коллективные средства размещения включают туристские общежития и лагеря, молодежные гостиницы, школьные и студенческие общежития, дома отдыха для престарелых и аналогичные объекты социальной значимости.

Основываясь на данных статистики, построим таблицы, отражающие взаимосвязь показателей состояния гостиничного сектора в Европе и Украине.

Гостиницы различаются по количеству постоянных спальных мест, данный показатель называется вместимостью гостиницы. В американской и отечественной практике существует следующая градация гостиниц по вместимости: менее 100 мест – малые гостиницы, от 100 до 500 мест – средние гостиницы, более 500 мест – крупные гостиницы.

По данным статистики построим таблицу, показывающую среднее количество мест в гостиницах Европы и Украины (табл. 1), определяемое как отношение количества спальных мест во всех гостиницах к общему числу гостиниц рассматриваемой страны. Самыми крупными отелями из рассматриваемых являются отели Франции, небольшие отели (менее 50 мест) преобладают в Германии, Италии, Испании. Самыми крупными в мире считаются отели Лос-Анжелеса, а самая маленькая гостиница находится в Германии.

## ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Таблица 1

Число мест в гостиницах и аналогичных заведениях (тыс. мест)

Страна	Годы				
	2006	2007	2008	2009	2010
Болгария	247	267	272	281	277
Греция	787	791	804	820	850
Чехия	442	452	467	463	449
Испания	3075	3117	3159	3238	3302
Франция	5704	5737	5769	5865	-
Италия	4500	4486	4649	4599	4699
Польша	575	582	597	607	610
Румыния	287	284	294	303	312
Германия	3329	3210	3271	3231	3287

Важнейшими показателями туристских потоков по внутреннему и внешнему туризму являются показатели количества прибытий (отъездов) и продолжительность пребывания туристов в стране (табл.2, 3).

Таблица 2

Количество особ, прибывших в гостиницы и аналогичные заведения, чел.

Страна	Годы				
	2006	2007	2008	2009	2010
Болгария	2202750	2537227	2748686	2396295	2265763
Греция	6233813	7083835	7127227	7523582	7044471
Чехия	6289452	6281217	6186476	5953539	5877882
Испания	56747094	57828280	56429185	54470376	55617853
Франция	84925658	86588313	87133556	88157660	-
Италия	51850572	53276961	53749362	54375079	55019507
Польша	13198537	14559756	15509790	15491770	16326526
Румыния	4836196	5420968	5659416	4865545	4726414
Германия	101667384	103281137	105907463	103434669	107776798

Показатели туристских потоков применяются в статистике туризма при учете, как иностранных туристов, так и местного населения, путешествующего в пределах своей страны. Таким образом, обеспечивается сопоставимость данных въездного и внутреннего туризма.

Таблица 3

Число ночевков, проведенных в гостиницах и подобных учреждениях, чел./ночей (x 1000)

Страна	Годы				
	2006	2007	2008	2009	2010
Болгария	5411	5970	6391	5816	5592
Греция	14741	17339	17651	19345	17814
Чехия	21357	20221	19296	18915	18543
Испания	154767	156462	151937	148003	151514
Франция	191616	193396	194049	195984	270833
Италия	209903	213176	211869	211269	210340
Польша	40680	44036	46472	45411	45730
Румыния	15750	17007	17367	14658	13285
Германия	298277	262820	267636	260022	265781

Коэффициент загрузки гостиниц используется для характеристики эффективности работы гостиниц и других средств размещения туристов. Рассчитывается как отношение количества ночевков туристов к общему количеству мест размещения за календарный год, выраженное в процентах (табл. 4).

Нормальной считается загрузка гостиниц на уровне 60-70%, недопустимым является показатель коэффициента около 100%, так как он свидетельствует о чрезмерной переполненности гостиницы и, следовательно, недостаточном качестве обслуживания номеров (невозможность ремонта, своевременной уборки помещения и пр.).

В целом все рассматриваемые страны имеют в среднем недостаточную загрузку гостиниц. Наименее загружены гостиницы Болгарии и Греции. Скорей всего, это можно объяснить влиянием экономического кризиса, который продолжался и в 2009 году.

Коэффициент загрузки гостиниц, %

Страна	Годы				
	2006	2007	2008	2009	2010
Болгария	6,00	6,13	6,44	5,67	5,53
Греция	5,13	6,01	6,01	6,46	5,74
Чехия	13,24	12,26	11,32	11,19	11,31
Испания	13,79	13,75	13,18	12,52	12,57
Франция	9,20	9,24	9,22	9,16	-
Италия	12,78	13,02	12,49	12,59	12,26
Польша	19,38	20,73	21,33	20,50	20,54
Румыния	15,04	16,41	16,18	13,25	11,67
Германия	24,55	22,43	22,42	22,05	22,15

События, которые происходили на мировых финансовых рынках, несомненно, влияют и на гостиничный сегмент. Многие компании «замораживают» или продают свои проекты, в состав которых входят гостиничные площади. В результате развитие гостиничного рынка в мире, которое не отличалось высокой динамикой в благоприятных экономических условиях, в нынешней ситуации осложнится еще больше.

Проведенный анализ позволил сделать выводы, что мировой финансовый кризис оказал негативное влияние на услуги по размещению в странах Евросоюза. Спад пришелся на 2008-2009 годы, а в некоторых странах спад наблюдается и в 2010 году, что свидетельствует о неспособности страны эффективно применять антикризисные меры.

Развитие международного туризма является приоритетным направлением деятельности многих стран мира. Поэтому очень важно применять все возможные меры и средства по восстановлению туристской деятельности, а так же по привлечению туристов.

#### Литература

1. Мазаева А.Ю. Услуги размещения. Эволюция подходов / А.Ю. Мазаева // Маркетинг услуг. – 2007. – №4(12). – С. 281-282.
2. Материалы международного «Регионального семинара по статистике туризма» (Москва, 3-5 сентября 1996 г.). – 258 с.
3. Лесник А.Л. Маркетинг и реклама в гостиничном бизнесе / А.Л. Лесник, М.Н.Смирнова. – М.: ИПФ «Талер», 2001. – 104 с.
4. Сенин В.С. Гостиничный бизнес. Классификация гостиниц и других средств размещения / В.С.Сенин, А.В.Денисенко. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 144 с.
5. <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu>
6. Бейкер С.А. История развития индустрии гостеприимства / С.А. Бейкер. – М.: Аспект-пресс, 1995.

*Рецензент докт. экон. наук, профессор А.Н. Бузни*

339.727.22

*Дьоміна Т.М., аспірант,  
Дніпропетровський національний  
університет імені Олеся Гончара*

### **ЄВРООБЛІГАЦІЇ – НЕІНФЛЯЦІЙНИЙ МЕТОД ФІНАНСУВАННЯ БЮДЖЕТНОГО ДЕФІЦИТУ**

Міжнародний ринок капіталу є найбільшим глобальним та наднаціональним утворенням. Основними причинами розвитку операцій на міжнародному ринку капіталу для більшості країн стало фінансування бюджетного дефіциту та стерилізація значних потоків капіталу, що передбачає збільшення грошової маси в обігу внаслідок викупу іноземної валюти до міжнародних резервів.

Крім того, міжнародний ринок капіталу спроможний формувати умови для встановлення ринкової відсоткової ставки, що відображає можливу вартість капіталу для кожного строку погашення та дає оцінку боргових зобов'язань країни серед інших країн. А це є основою для ефективного інвестування та прийняття фінансових рішень.