

поєднує елементи оздоровчої практики й прикладної естетики, бо «Sanus per Aqua» (SPA, СПА) значить «здоров'я через воду».

За міжнародним визначенням СПА це професійно організований простір для відновлення п'яти сфер життя людини: здоров'я фізичного, емоційного, душевного, творчого потенціалу і здорових відносин між людьми, в тому числі за допомогою водних процедур.

Постійні витрати з організації СПА-напрямку складаються з: витрат на заробітну плату менеджеру за даним напрямом; оренди офісу (якщо є необхідність); витрат на просування нового напрямку; адміністративних витрат.

Водночас можна виділити переваги для туристських організацій, що надаватимуть послуги СПА-туризму: підвищення іміджу; розширення асортименту послуг залучення нових клієнтів; збільшення кількості постійних клієнтів; погіршення екологічного стану і пов'язані з цим ризики захворювань, зниження імунітету; прискорення темпу життя, стреси, необхідність в релаксації; зростання рівня доходів громадян.

Переваги для споживачів СПА-турів: можливість провести свій вільний час з користю для душі та тіла додаткові послуги без додаткової плати; широкий асортимент послуг в одному місці; економія часу; розслаблення після стресового навантаження; висока вартість послуг.

Також можна виділити фактори, що стримують його розвиток: нестача часу; важкість в організації; великі інвестиції; високі вимоги до професіоналізму кадрів.

Як бачимо, для поліпшення своєї ринкової позиції, найкращого задоволення запитів обслугованого сегменту користувачів тур-операторам необхідно розробляти спеціалізовані тури рекреаційно-оздоровчого спрямування та тури незначної тривалості з використанням висококомфортних і висококатегорійних засобів розміщення.

На сьогоднішній день таким запитами відповідає новомодний туристський напрям – СПА-туризм.

Тому, для туроператорів пропонується зайняти власну нішу і зосередитися на розробці суто СПА-турів з організацією трансферів і транспортного обслуговування туристів.

Це також може бути гарним доповненням до фінансово-економічної діяльності туристських операторів. Для завойовування більшого сегменту необхідно зосередитися на охопленні двох фокус-груп – люди середнього віку (40-50 років), які бажають пройти курс процедур, що омолоджують, і молоді бізнесмени й топ-менеджери, які хочуть відновити сили.

В.І. Федак, асист. (ХДУХТ, Харків)

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ ТА УКРАЇНІ

Екологічний туризм сьогодні - це один з найбільш динамічно розвиваючихся напрямків міжнародного туризму. В останні роки чисельність екотуристів зростає з середньорічним темпом 10...12% Головною причиною такого великого інтересу до екологічного туризму є стійке та швидке погіршення якості навколишнього середовища, а також значно зросла останнім часом екологічна свідомість людей. Актуальність такого виду туризму полягає в тому, що екотуризм, як не який інший несе в собі великий екопросвітницький і рекреаційний потенціал. Задача що стоїть перед кожною державою полягає в тому, щоб якнайбільш раціонально і ефективно використовувати його в природоохоронних цілях. Незважаючи на зростаючу популярність екологічного туризму, його частка у світовому обороті туристичного капіталу по оцінках експертів ВТО складає поки близько 7% і не більш 10% чи близько 35-40 млрд доларів США. Значною мірою це порозумівається вміло керованим поведінням масового споживача стандартних туристських послуг, споживача, що трохи побоюється епітета «екологічний» і єднального з цим епітетом представлення про винятково некомфортабельні умови відпочинку. От чому ВТО воліє пропагувати і використовувати термін «стійкий туризм», вкладаючи в нього зміст, дуже близький концепціям екотуризму.

Туристів, прихильних до екологічних форм подорожей і відпочинку, можна зустріти всюди - в Антарктиді і Канаді, у США, у всіх країнах Західної Європи, у Центральній і Південній Америці, в Африці, у Японії і Малайзії, на островах Маврикій і Фіджі, в Австралії (це світовий лідер екотуризму, тут існує навіть спеціальне урядове еколого-туристське відомство в ранзі міністерства). Звичайно ж метою екологічного туризму є прагнення до пізнання природних і культурних ландшафтів та формування екологічного світосприйняття, та треба пам'ятати, що в усьому світі туризм називається екологічним, коли він здійснюється на певних територіях природно-охоронного призначення, а найчастіше - в національних природних парках

Щорічно проводяться десятки симпозіумів і конференцій, присвячених екотуризму, проходять світові конгреси, що збирають сотні учасників - мандрівників і вчених, бізнесменів, політиків. Це також свідчить про важливість орієнтування нашої держави на розвиток екотуризму. З розвитком екологічного туризму, перетворенням його в суспільно значимий соціально-економічний феномен особливої актуальності набувають проблеми його ефективного регулювання. Під регулюванням розвитку екотуризму розуміється створення таких інструментів, які забезпечили б повну та ефективну координацію діяльності суб'єктів господарювання та реалізованих заходів на територіальному рівні. Координація та сприяння розвитку екотуризму в глобальному масштабі здійснюється за допомогою міжнародних організацій і фондів. Незважаючи на відносну "молодість",

екологічний туризм має чітко виражену міжнародну організацію. Допомогу розвитку екологічного туризму надають найбільші міжнародні структури, що мають широкий спектр природоохоронних цілей і економічно підтримують розвиток екотуризму як один з напрямків діяльності, що сприяє сталому використанню природних ресурсів.

Що ж до координації політики в області екотуризму в Україні на національному та регіональному рівнях здійснюється через спеціально створені державні органи, громадські туристські організації та інститути. Розвиток екологічного туризму безпосередньо пов'язаний з реалізацією завдань сталого розвитку країни.

В Україні існують об'єктивні обставини у формуванні системи екотуризму, з котрими не можна не рахуватися:

- Україна має у своєму розпорядженні унікальний природний потенціал, що в деяких випадках набагато перевершує збережені у світі кутки природи, що подають інтерес для туристів;

- Україна зберегла самобутність природних комплексів, що сполучають у собі красоту недоторканої природи зі звичаями і традиціями народів, що населяють природні території, що подає не тільки екологічний, але й етнографічний інтерес для мандрівників;

- Україна зарекомендувала себе у світі з боку схильності до зберігання і збільшення природо значущих цінностей загальносвітового значення, про що говорить розвинута мережа природоохоронних територій, що знаходяться під егідою міжнародних організацій;

У цьому зв'язку варто взяти до уваги і те, що незважаючи на величезні фінансові труднощі, в Україні і сьогодні знаходяться можливості для подальшого розвитку заповідної справи в інтересах зберігання природи в якості загальнонаціонального надбання.

О.Є. Чатченко, ст. викл. (ХДУХТ, Харків)

ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Успішна діяльність підприємства базується на ефективному плануванні. В свою чергу ефективно планування в основі має чітке прогнозування діяльності підприємства та його економічної політики. Особливо зростає потреба у прогнозах в процесі діяльності підприємств ресторанного господарства.

В управлінні підприємствами, прогнозування є невід'ємною частиною всього управлінського процесу. М.Х Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі визначають прогнозування, як метод, де використовується накопичений у минулому досвід та припущення стосовно майбутнього з метою його визначення. Результатом цього є картина майбутнього, що можна використовувати як основу при плануванні.

В економічній літературі прогнозування розглядається як система кількісних та якісних передпланових припущень, що направлені на з'ясування вірогідного стану і результатів діяльності підприємства у майбутньому. Практичною задачею прогнозування, одного з елементів господарського управління, є визначення доцільності обраної стратегії.

Прогнозування будується на базових принципах, які використовуються при розробці будь якого прогнозу:

- принцип безперервності прогнозування;
- принцип поєднання перспективного та поточного прогнозування;
- принцип взаємної єдності прогнозів.

Ресторанне господарство, як галузь діяльності, сприяє задоволенню однієї з насущних потреб людини – в харчуванні. Однак ці потреби мають чіткі рамки їх задоволення, які виражені фізіологічними нормами. Здоров'я, фізичний стан, працездатність та інше залежить від правильного харчування людини. У зв'язку з цим, завдання ресторанного господарства полягає у становленні наукової основи харчування, вдосконаленні його структури, забезпеченні його раціональності. У ресторанному господарстві, поряд з готовою продукцією, продуктом праці є й послуги. Потреби в послугах, на відміну від продуктів харчування, не обмежені нормами, вони постійно розширюються та видозмінюються.

Купівельний попит – форма виявлення потреб людей у товарах і послугах, які забезпечені грошовими коштами. Складовою частиною вивчення попиту є його прогнозування. Прогнозування попиту розглядається як мистецтво оцінки майбутнього попиту або методика оцінки попиту, на підставі припущень про певну поведінку людей у майбутньому. На підставі цього головною метою прогнозування попиту є оцінка майбутніх обсягів продажу товару на основі аналізу даних минулих періодів і поведінки покупців за допомогою науково обґрунтованих методів.

Процес прогнозування попиту не залежно від профілю підприємств здійснюється за наступними етапами:

- підготовка й оброблення початкової інформації для розрахунку прогнозу. На цьому етапі здійснюється підготовка фактичних, нормативних і прогнозованих показників про розвиток попиту й пропозиції товарів, чинників, що формують їхню динаміку, а також забезпечення достовірності й порівнянності початкових даних;