

УДК 331.104.2

АНАЛІЗ І ВИЯВЛЕННЯ ШЛЯХІВ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИВАТНИХ ГОТЕЛІВ

Свиридов Д. Є.

Київський національний університет технологій та дизайну

Стаття присвячена удосконаленню ресурсного потенціалу приватних готелів. Досліджено сутність інвестиційних процесів приватних готелів. Розглянуто значення ресурсів у приватних підприємствах.

Ключові слова: *інвестиції, фінансові ресурси, інвестиційна привабливість, чинники виробництва*

Туристична індустрія в Україні як самостійний сектор економіки перебуває на стадії свого становлення. Ми вважаємо, що прогнози припливу інвестицій оптимістичні, але багато що залежить від політики держави на ринку. На нашу думку, саме для реалізації готельного потенціалу України повною мірою наша держава повинна:

- забезпечити іноземним і вітчизняним туристам комфортні і безпечні умови для приїзду в Україну;
- проводити ефективну політику розвитку масового туризму;
- зменшити готельний збір;
- вжити заходів до поліпшення стану пам'яток;
- зробити зміни до законів про землекористування,
- зробити зміни до правил видачі відповідних дозволів організаціям суміжних галузей, щоб залучати інвестиції у відкриття нових об'єктів масового туризму.

Переконані, висновок про те, що у нас не вистачає готелів, напрошується сам собою. Представники іноземного капіталу в цілому оцінюють вітчизняний ринок готельного бізнесу як складний, але перспективний для інвесторів, і більше уваги приділяють можливості реалізації проектів в регіонах країни, адже там земельні ділянки можна купити значно дешевше, ніж вони коштуватимуть з часом, простіше вирішуються питання приватизації землі та ін.

Постановка завдання

Аналіз і пошук шляхів щодо удосконалення ресурсного потенціалу приватних готелів.

Результати досліджень

Великий внесок у теоретичну розробку проблем управління економічними ресурсами зробили закордонні вчені І. Ансофф, Ж. Дебре, З. Денісон, П. Друкер, Дж. К. Гелбрейт, Ф. Котлер, Р. Коуз, Ж. Ламабен, А. Мескон, Г. Мінтцберг, В. Парето, П. Ромер, Г. Стейнер, Й. Шумпетер.

Приватні готелі в готельному бізнесі нашої країни не лише міцно зайняли свою нішу, але й стали одним із ключових елементів готельної індустрії. У затишних приватних готелях, кожен з яких є унікальним, за помірну плату людина, безумовно, отримає куди більше задоволення, аніж оселившись в бездушному мережевому готелі, де клієнт відчуває себе швидше рухомою по конвеєру деталлю, чим бажаним гостем.

На нашу думку, перевага приватних міні-готелів в тому, що клієнт має можливість вибору. Споживач готельної послуги може підібрати собі готель не лише виходячи з вартості номера, набору послуг і місця розташування, але і з врахуванням естетичних пристрастей, інтер'єри одних малих готелів подобаються людям творчих професій, в інших вважають за краще зупинятися бізнесмени. Але головним є те, що в кожному приватному готелі такого класу номера оформлені в індивідуальному стилі.

Насамперед, основною особливістю приватного готельного бізнесу є можливість створити індивідуальну атмосферу затишку і комфорту. Саме від почуттів споживача послуги залежить вибір між приватним готелем і готельною мережею.

Малі приватні готелі дозволяють оптимізувати обсяг послуг, що надаються, оперативно контролювати їх якість і кількість, а також вибирати найбільш ефективне співвідношення числа співробітників і відвідувачів.

Офіційної класифікації за приватними малими готелями у нас в країні немає, немає жодного законодавчого або нормативного акта, який би чітко визначав суть поняття «малий готель» [1].

Ми вважаємо, що приватні готелі можна класифікувати за кількістю проживаючих :

- перша група: приватні готелі діляться на «міні - готелі» (до 50 номерів);
- друга група: приватні готелі діляться на «малі готелі» (до 100 номерів);
- третя група: приватні готелі діляться на «великі готелі» (більше 100 номерів).

На наш погляд, залежно від типу приватного готелю кількість і якість послуг значно відрізняється. Це, в першу чергу, пов'язано з потребами споживачів аналізованого сегменту ринку, їх платоспроможністю. Приватні готелі ділового

призначення повинні розташовуватися поблизу адміністративних, громадських, промислових центрів: у них повинні бути створені умови для організації праці жителів, проведення ними нарад.

Проаналізуємо основні додаткові послуги у приватних готелях [1-2]:

- це послуги служб зв'язку (телефон, факс);
- служб фінансового забезпечення (відділення банків, обміну валют);
- послуги торговельних організацій.

Насамперед, у розташуванні приватних готелів туристичного типу враховують характер і якість туристичних маршрутів, способів руху, об'єкти туристичної привабливості. Таким чином, основними додатковими послугами у туристичних приватних готелях є харчування, надання довідок та проведення екскурсій, організація культурно-розважальних заходів.

У світовій практиці готельний фонд групують за різними ознаками. Засновниками наукового підходу до класифікації готелів стали: доктор В. Хунцикер (засновник науково-дослідного центру з вивчення туризму у м. Берні) і доктор К. Крапф (засновник науково-дослідного центру з туризму у м. Сенгален). Вони визначили ознаки, що впливають на тип готелю [2]:

- тривалість перебування;
- мета перебування;
- місце розташування;
- вид транспорту, який використовується туристом;
- кількість обслуговуваних туристів;
- клас готелю;
- місткість готелю;
- режим експлуатації (сезон, рік);
- форма власності.

Досліджуючи рівень послуг, що надаються, в готельному бізнесі, зазначимо, що малі приватні готелі слід поділяти на: хостелі, домашні готелі, готелі економ- і бізнес-класу, а також апарт-готелі. Апарт-готелі відрізняються більшою кількістю надання ексклюзивних послуг, авторським дизайном інтер'єрів, елітним розташуванням, наявністю номерів рівня «люкс».

Система зірок у готельному бізнесі не враховує відмінностей між малими і

крупними готелями. Ми вважаємо, що до цих пір кількість зірок в рекламі того або іншого міні-готелю - особиста оцінка інвесторами якості свого продукту, а не результат офіційної сертифікації готельного бізнесу.

Слід зазначити, у своєму становленні готельний ринок України зіткнувся з низкою проблем. На наш погляд, однією з них є слабкість внутрішньої конкуренції (що пояснюється відсутністю вільних засобів і високими податковими ставками, через що складно забезпечити економічну стабільність, максимізувати прибутки, підвищити конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності на ринку готельних послуг). Показник низької конкурентоспроможності готельних послуг формується високим рівнем ціни і низькою якістю послуг.

Саме через високі податкові ставки (готельний збір) готелі вимушені встановлювати високі ціни. Ставки готельного збору для готелів різних категорій в Україні відрізняються. Ціни визначаються умовами конкуренції, станом і співвідношенням попиту і пропозиції.

Проведене дослідження свідчить про активізацію інвесторів у готельному сегменті комерційної нерухомості, а це, в першу чергу, стосується саме готельного ринку України. Таким змінам, на наш погляд, сприяють такі причини [2-3]:

- нездатність готелів задовольнити існуючий попит;
- стабільне збільшення попиту на апартаменти світового рівня;
- насичення сегментів ринку нерухомості з мінімальним терміном окупності;
- збільшення капіталу інвестиційних компаній;
- відносна стабільність української економіки;
- зміни в зовнішній політиці;
- наближення кордонів ЄС до кордонів України і поступова інтеграція держави в європейське і світове співтовариство;
- поліпшення інвестиційного і бізнес-клімату всередині України;
- поступове зростання бізнес-активності усередині країни,
- збільшення частоти ділових візитів з-за кордону;
- зростання туристичної привабливості України.

Саме зараз треба внести зміни до правил обов'язкової сертифікації готельних послуг. Нові правила сертифікації можуть вплинути на динаміку розвитку готельного бізнесу, але водночас вони сприятимуть підвищенню якості надання послуг. Треба

зазначити, що це, у свою чергу, стане заставою стабільності і процвітання готельного бізнесу в Україні.

Очевидно і те, що в Україні, особливо у великих містах, у тому числі і у Донецьку, необхідно розвивати сегмент недорогих приватних готелів, які зможуть надати невеликі, але комфортні кімнати з якісним сервісом. При цьому, середньостатистичний «внутрішній» турист бажає зекономити.

З врахуванням підвищення внутрішньої ділової активності в регіонах тризіркові приватні готелі можуть бути привабливі навіть іноземному інвесторові.

Слід зазначити, що брак малих приватних готелів можна частково заповнити, реконструюючи і модернізуючи споруди, що є в наявності. При цьому проведення об'єктивного дослідження існуючої бази дозволяє констатувати, що вона в змозі задовольнити потреби в готельних місцях. Для цього необхідно привести у відповідний стан побудовані раніше готелі, звернути увагу на об'єкти незавершеного будівництва, відомчі будинки і гуртожитки [4].

Сучасний Український готельний ринок є одним з найперспективніших, але при всьому потенціалі розвитку готельного бізнесу в Україні кількість наявних готелів недостатня для країни з високою інвестиційною привабливістю, багатим історичним минулим і великими туристичними можливостями. Приватний готельний бізнес в Україні, на наш погляд, має перспективи як мінімум з п'яти причин:

- по-перше, в країні спостерігається підвищення ділової активності, що, як правило, неминуче викликає збільшення обсягів так званого «ділового туризму», причому не лише внутрішнього, але і в'їзного;
- по-друге, як показує світова практика, підвищення доходів населення (а воно в Україні вже відбувається) призводить до того, що люди все більше подорожують, а отже, зупиняються в готелях;
- по-третє, Україна, що заявила про свою інтеграцію в європейські структури, поступово стає для європейців (в нашому випадку – туристів) привабливішою;
- по-четверте, очікується зниження й уніфікація готельного збору, обов'язкові платежі для готелів повинні зменшитися.

Впровадження вкладення і повернення інвестицій запланований, але все таки до кінця непередбачуваний, процес. При цьому термін окупності крупних готелів може складати від 5 до 18 років, середніх – 3-5 років, маленьких – 1-2 роки. Проте, інколи не до кінця прораховані ризики можуть розтягти ці терміни, а правильно обраний напрям

навпаки, допоможе повернути вкладення набагато швидше.

Насамперед, враховуючи це, повернення інвестицій по устаткуванню і оснащенню готелю передбачається отримати протягом 5-6 років. Але, незважаючи на те, що пропозиція, а отже, і конкуренція, можуть бути досить великими, інвестиції повернуться протягом 3-х років, а прибуток вже за перший рік буде складати 42%. На розвиток готельного ринку і попит, як відомо, впливає безліч чинників: політичне і соціально-економічне положення в країні, міжнародні події, клімат, стихійні лиха і потенційні небезпеки для життя і здоров'я.

На наш погляд, щоб виграти боротьбу за клієнта, потрібно вибудувати чітку стратегію. Слід враховувати типологію клієнтів (з яких вони країн, яких національностей) і використовувати ціновий важіль із врахуванням цих моментів. Гнучкість у тарифах дуже важлива, не можна жорстко тримати цінову політику, вона повинна змінюватися залежно від сезону і наповнюваності готелю. Жодна стратегія не буде успішною за відсутності маркетингового плану. Продажі повинні плануватися. Номери - не товар на складі, який може сьогодні полежати, а завтра буде проданий. Непродані номери - це безповоротно втрачені гроші.

Висновки

Ми вважаємо, що брак малих приватних готелів можна частково заповнити, реконструюючи і модернізуючи споруди, що є в наявності, за кошти інвесторів.

При цьому можемо зауважити, що вони в змозі задовольнити потреби в готельних місцях. Для цього необхідно привести у відповідний стан побудовані раніше готелі, відомчі будинки і гуртожитки.

Отже, представники іноземного капіталу в цілому оцінюють український ринок готельного бізнесу як складний, але перспективний для інвесторів процес впровадження вкладення і повернення інвестицій, що є запланованим, але все таки до кінця непередбачуваним процесом, у якому потрібно більше уваги приділити можливості реалізації інвестиційних проектів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Егоршин А. П. Управление персоналом: учеб. для вузов / А. П. Егоршин. – 4-е изд., испр. – Н. Новгород: НИМБ, 2003. – 720 с.
2. Крылова Г. Д. Зарубежный опыт управления качеством / Г. Д. Крылова. – М.: Изд-во стандартов, 1992. – 120 с.

3. Ткаченко Т. І. Управління якістю готельних послуг: монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. В. Новак. – К.: КНТЕУ, 2006. – 234 с.
4. Управління якістю та елементи системи якості. Ч. 2. Настанови щодо послуг (ISO 9004-1-96): ДСТУ ISO 9004-1-96. – Чинний від 1997-01-07. – К.: Держспожив-стандарт України 1997. – 27 с.

Свиридов Д. Е.

Анализ и выявление путей совершенствования ресурсного потенциала частных гостиниц

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Статья посвящена совершенствованию ресурсного потенциала частных гостиниц. Исследована сущность инвестиционных процессов частных гостиниц. Рассмотрено значение ресурсов в частных предприятиях.

Ключевые слова: *инвестиции, финансовые ресурсы, инвестиционная привлекательность, факторы производства*

Sviridov D. E.

Analysis and identification of ways to improve our resource potential private hotels

Kyiv National University of Technology and Design

The article is devoted to the improvement of resource potential private hotels. The essence of investment processes private hotels. The role of resources in private enterprises.

Keywords: *investments, financial resources, investment attractiveness, factors of production*