

УДК 658.012.34

Н.В.Бунтова, к.е.н.,

Київський університет туризму, економіки та права,
м. Київ

ОСНОВНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У статті визначено сучасні проблеми розвитку готельного господарства. Досліджено основні фактори, що впливають на формування готельного бізнесу.

В статье определены современные проблемы развития гостиничного хозяйства. Исследованы основные факторы, которые влияют на формирование гостиничного бизнеса.

Modern problems of the hotel business development are determined in the article. Investigational basic factors which influence on forming of hotel business.

Ключові слова: готельне господарство, готельний бізнес, туризм, інвестиційна привабливість, податкові пільги.

Глобальні зміни, що відбуваються в світовій економіці за останні десятиліття, її реструктуризація обумовлюють нову роль готельного бізнесу, що полягає у значному впливі на економічні та соціальні процеси.

Аналізуючи стан вітчизняного ринку готельних послуг, необхідно зазначити, що на сьогодні Україна займає одне з останніх місць у списку європейських країн за рівнем розвитку. Розвиток готельного господарства нині уповільнюється через низку негативних факторів, до яких належать: нерозробленість нормативно-правової бази; відсутність легітимної стратегії розвитку галузі; економічна та політична нестабільність у країні; обмеженість інвестиційних ресурсів; непрозорість процедур відведення землі під будівництво об'єкта (процес узгодження проектів у нашій країні триває від півтора до двох років, тоді як в Європі це займає не більше двох місяців); недосконалість реклами українських туристичних центрів та, відповідно, готелів за кордоном та ін.

Зазначені проблеми не можна розв'язати без підтримки держави. Тому на даному етапі до першочергових завдань державних органів управління в галузі готельного господарства можна віднести створення ефективних умов для роботи підприємств шляхом вдосконалення нормативно-правової бази, вироблення єдиної концепції розвитку, створення сприятливих умов для інвестування в будівництво та модернізацію, сприяння в створенні рекламно-інформаційної інфраструктури тощо.

Окремі аспекти функціонування та розвитку готельних підприємств розглядаються у наукових працях вітчизняних і зарубіжних авторів: В.А.Азара, Р.А.Браймера, О.П.Дуровича, М.І.Кабушкіна, В.І.Карсекіна, В.О.Квартальнова, Н.М.Кузнецової, Г.А.Папіряна, Т.І.Ткаченко, Д.Уокера, О.Д.Чудновського. Однак комплексні дослідження з удосконалення стратегії розвитку готельного господарства на даний час відсутні.

Для забезпечення ефективного функціонування підприємств готельного господарства виникає необхідність наукового обґрунтування концепцій їхнього розвитку, які кореспондують із передовим світовим досвідом та вдалою практикою вітчизняних підприємств-лідерів. Наукова ідея формування стратегії розвитку готельного господарства України повинна базуватися на комплексному, системному підході до розв'язати проблем взаємоузгодження і збалансування його розвитку з зовнішнім та внутрішнім середовищем.

Готельний бізнес в Україні, незважаючи на кризові явища в економіці, залишається сьогодні привабливим для інвесторів. Така ситуація склалася через зростаючий попит на послуги в готельній галузі й одночасний дефіцит пропозиції в цій же сфері.

Готельне господарство — це бізнес, який цілком орієнтований на клієнта. Тому рівень його розвитку безпосередньо залежить від ділової активності в державі та розвитку туристичної галузі. Незважаючи на те, що багато компаній скорочують бюджет і відмовляються від відряджень, ринок готельних послуг знаходиться у поживленні, у тому числі за рахунок результатів проведення в 2012 році в Україні та Польщі Чемпіонату Європи з футболу.

Сьогодні український готельний бізнес поступово виходить із зони кризи. Всі аспекти кризи вітчизняна індустрія гостинності повною мірою відчула за останні роки. Падіння індивідуального і корпоративного туризму, зменшення витрат на ділові поїздки та проведення бізнес-заходів призвели до відчутного відтоку фінансових ресурсів. Окремі оператори почали позбавлятися своїх готельних активів через загрозу банкрутства, а значна частина девелоперів через нестачу матеріалів заморозила будівництво нових готелів.

До «критичного» 2008 року ринок готельних послуг в Україні розвивався у двох напрямках. Перший дістався нам у спадок від Союзу – пережитки радянського минулого з невизначеною «зірковістю», невідповідним сервісом і повною відсутністю комфорту, але з порівняно низькою ціною. Друге стало результатом європеїзації: всі минулі роки в Україні в основному будувалися і розвивалися готелі категорії 4-х і 5-ти зірок, вартість проживання в яких є завищеною для основної маси туристів. Тому основне стратегічне завдання сьогодні для розвитку готельного господарства в країні полягає не тільки в будівництві нових готелів, а й у врегулюванні ринку – наповнити його готелями більш низьких категорій з гідними умовами перебування за доступними цінами. Фахівці стверджують, що розвиток готельного господарства в Україні повинен орієнтуватися на будівництво нових готелів різного класу, які зможуть задовольнити попит населення на дані послуги. Мова йде як про готелі люкс і бізнес-класу, які розташовані в курортних центрах, так і готелі середнього і низького цінового класу.

Об'єктивний потенціал України є значним. У країні проживає 46 млн. людей – достатньо велика держава в центрі Європи, де для індустрії готельного бізнесу відкриті можливості як в сфері прийому іноземних громадян, так і в сегменті вітчизняних туристів. При цьому із міжнародних готельних мереж у країні представлені лише одиниці, хоча, насамперед, у Польщі їх близько 50-ти. Готельний бізнес в Україні — це ринок вітчизняних «гравців». Готельна індустрія не відчуває конкуренції з боку представників готельних мереж міжнародного рівня.

За даними дослідницької компанії світових споживчих ринків Euromonitor, в Україні на даний момент існує величезний простір для розвитку готельного бізнесу порівняно з сусідніми східноєвропейськими країнами. Експерти стверджують, що перед операторами, які вийшли на ринок готельної

нерухомості України одними з перших, відкриваються хороші перспективи [3].

Однак не варто забувати і про величезний потенціал, пов'язаний із внутрішнім туризмом. У цьому сегменті найбільш затребуваними є готельні послуги невисокої цінової категорії, і дефіцит номерів у готелях такого класу ще більше відчутний.

У країні нараховується близько 1,5 тис. об'єктів готельного типу, більша частина яких – реконструйовані будівлі 70-80-х років. Світове готельне господарство нараховує близько 350 тис. готелів, які представляють понад 15 млн. сучасних номерів, при цьому кількість їх зростає щорічно в середньому на 3-4%. Таким чином, частка України не дотягує і до половини відсотка цих показників [3]. Навіть Київ, де рівень забезпеченості готельними номерами складає 3,51 місць на одну тисячу жителів, далекий від європейських стандартів. Наприклад, у Відні цей показник складає 26 місць на одну тисячу жителів, а в Парижі – 35. Тому попит у нашій країні все ще перевищує пропозицію. Саме це дозволяє міжнародним операторам встановлювати в п'ятизіркових готелях нашої країни більш високу плату за добу проживання, ніж у готелях США, Європи й Азії. І тому рентабельність у них за результатами 2012 року виявилася не тільки найвищою за ціною по країні, але навіть вищою, ніж в інших державах до кризи.

Готелі України були і залишаються затребуваними. Проте ступінь їх заповнюваності залишає бажати кращого (рис. 1).

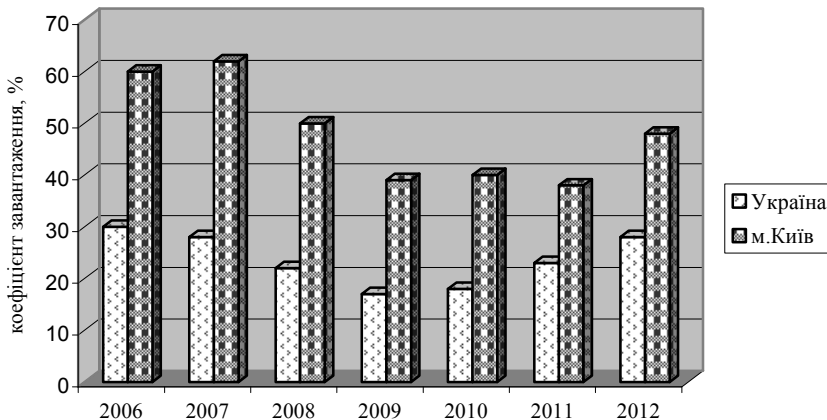


Рис. 1. Динаміка зміни коефіцієнта попиту на послуги готельних підприємств

За офіційними даними міністерства статистики України, загальна чисельність приїжджих до України з кожним роком збільшується. На 2006 рік цей показник склав 4,2 млн. осіб, а у 2012 році він збільшився на 780 тис. і склав 4,98 млн. осіб. Зменшення кількості туристів спостерігається у 2009 році на 968 тис. осіб порівняно з 2008 роком. Найбільша частка припадає на такий засіб розміщення, як готелі, у 2012 році готелі відвідало 3,98 млн. осіб, або 80% від загального потоку туристів.

За попередніми підрахунками, протягом 2012 року в готелях міста Києва мешкало понад 1,5 млн. туристів, а усього скористалось послугами туристичної інфраструктури 2,8 млн. туристів (у попередньому році – 1,1 млн. і 2,0 млн. осіб відповідно). Лише за період проведення матчів Євро-2012 у закладах розміщення м. Києва мешкали туристи зі 139 країн світу.

Головним фактором впливу на готельний ринок, безумовно, стало проведення Євро-2012. У період з 2010 по 2012 рік у приймаючих містах кількість введених в експлуатацію готелів збільшилася більш ніж удвічі (з 273 до 584). Водночас Чемпіонат Європи більшою мірою прискорив розвиток тих проектів, які планувалися задовго до нього, і меншою мірою підштовхнув до реалізації нові проекти. Лише за перше півріччя 2012 року в Києві було введено в експлуатацію 1368 готельних номерів рівня дві – п'ять зірок. До кінця 2015 року на ринок Києва має вийти ще 2,279 тис. номерів високого і середньоцінового стандарту, що збільшить поточну пропозицію на 83% [5].

Серед інших аспектів розвитку готельного ринку виділяється збільшення кількості міжнародних готельних операторів на ринку: перші готелі під управлінням Wyndham Hotel Group (Ramada Encore Kyiv) і Fairmont Raffles Hotels International (Fairmont Grand Hotel Kyiv) відкрили свої двері відвідувачам у 2012 році. До того ж відбулося розширення лінійки готельних брендів під управлінням присутніх на ринку міжнародних операторів: InterContinental Hotels & Resorts, керуючий готелем Intercontinental, відкрився перший готель у Києві під брендом Holiday Inn, а оператор Carlson Rezidor Hotel Group, що розвиває мережу готелів Radisson Blu, оголосив про відкриття готелю під брендом Park Inn в 2013 році.

Якісні зміни спостерігаються і в структурі пропозиції готелів: збільшення частки готелів високого сегмента (категорії 4-5 зірок) у зв'язку зі значним обсягом нової пропозиції в даній категорії (номерний фонд сегмента 5-зірок збільшився удвічі, 4 зірок – більш ніж у 1,5 рази). Водночас, незважаючи на те, що розвиток середньоцінового і бюджетного сегмента поки що відстає, низка національних та міжнародних операторів заявила про свій інтерес у розвитку економ-готелів (Reikartz Hotel Management – «Раціотель», Premier International – «Компас»; Accor hotels – Ibis і Etap, Louvre Hotels Group – Campanile) [4].

Проте зацікавленість інвесторів щодо розширення готельного бізнесу в Україні є набагато більшою, ніж її реалізація. Інвестиційний клімат у нашій країні у зв'язку з політичною нестабільністю та високими ризиками поки не викликає значної довіри в іноземних інвесторів. Водночас, іноземних готельних операторів на український ринок приваблює порівняно швидке повернення вкладених коштів: за оцінками експертів, період окупності практично удвічі менший, ніж, скажімо, в Європі. Рентабельність українських готелів досить висока. Ця ніша бізнесу ще не заповнена. При всіх ризиках вкладення до цієї сфери видається досить привабливим.

Але через непророблену систему сприяння інвестиціям у готельний бізнес великі іноземні інвестори поки не поспішають виходити на наш ринок. Приплив значних закордонних інвестицій спостерігатиметься тільки у тому разі, якщо

уряд почне регулювання цієї сфери, ґрунтуючись на потребах ринку. Необхідно послідовно готельєрам і державі об'єднати зусилля в розвитку існуючих проєктів і створенні привабливого поля для інвесторів.

Ситуація може змінитися тільки за умови значного спрощення дозвільної системи, розумного скорочення вимог із проходження сертифікації з безпеки, введення обов'язкової класифікації за категоріями зірок і приведення нашої класифікації готелів до європейських стандартів. Якщо ці зміни будуть ухвалені, можна чекати припливу на український ринок значних іноземних інвестицій, появи конкуренції і тільки тоді – зниження цін.

Окреслені проблеми зумовлюють необхідність розроблення комплексу заходів для покращання умов інвестування галузі, що повинні базуватися на спрощенні дозвільних процедур (адміністративний регулятор) і розробки системи податкових преференцій банкам – кредиторам та інвесторам, що реалізують проєкти з будівництва та модернізації готелів.

Аналіз практичного застосування різних методів регулювання розвитку готельного господарства України засвідчив, що за останні роки урядами країни та суб'єктами підприємницької діяльності було зроблено багато для оптимізації використання наявних можливостей. Але, на жаль, не було створено системи комплексного їх застосування, що значно знизило результативність регулюючих впливів. Тому найбільш нагальною на сьогодні є розробка за участю всіх зацікавлених сторін Стратегії розвитку готельного господарства, де були б чітко визначені на основі аналізу проблем галузі та з урахуванням досвіду сусідніх країн організаційно-економічні, фінансові, правові та адміністративні механізми регулювання.

Таким чином, проведення Євро-2012 дозволило покращити існуючу транспортну та туристичну інфраструктуру як в Києві, так і в Україні загалом, а також вплинуло на формування позитивного іміджу країни.

Підводячи підсумки, можна визначити наступні тенденції, які будуть характеризувати розвиток ринку готельного бізнесу в найближчі роки:

- посилення конкуренції серед існуючих готелів категорії 4-5 зірок у зв'язку зі значним обсягом нової пропозиції, що з'явилася на ринку за останній рік;
- зниження показників доходності готелів елітного сегмента на фоні збільшення пропозиції;
- підвищення зацікавленості девелоперів, інвесторів та операторів до сегмента бюджетних готелів.

Список використаних джерел:

1. Аналитический бюллетень: рынок гостиничной недвижимости Киева после ЕВРО-2012_2. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.chamber.ua/files/documents/updoc/newsletters/66/EY_REAS_Newsletter_October_2012.pdf
2. Індустрія гостинності: прогноз на 2013 рік. – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: www.ey.com/UA/uk/Industries/Real-Estate
3. Информационные материалы Государственного комитета статистики Украины. . – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ukrstat.gov.ua
4. Материали журналу „Гостиничный и ресторанный бизнес в Украине”. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.hotelbiz.com.ua
5. Рынок гостиничной недвижимости Киева: обзор I полугодие 2012 года. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.business.ua/upload/analytics/analytics_2012/2012_q2_kf_hotel_market_report_kiev_rus.pdf