

УДК 65.012.4:[658.114+330.15]

Асмолова І.М.

АНАЛІЗ І ВИЯВЛЕННЯ ШЛЯХІВ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИВАТНИХ ГОТЕЛІВ

Стаття присвячена аналізу і виявленню шляхів удосконалення ресурсного потенціалу приватних готелів. Досліджено ефективне використання та проаналізовано сутність інвестиційних процесів приватних готелів. Розглянуто значення ресурсів у приватних підприємствах.

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

Постановка проблеми. В Україні туристична індустрія як самостійний сектор економіки перебуває на стадії свого становлення. Ми вважаємо, що прогнози припливу інвестицій оптимістичні, але багато що залежатиме від політики держави на ринку [1, с. 209- 213]. 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;
- внести зміни до законів про землекористування,
- внести 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.

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

Мета статті. Аналіз і виявлення шляхів удосконалення ресурсного потенціалу приватних готелів. Дослідження ефективного використання та інвестиційних процесів приватних готелів .

Виклад основного матеріалу. Малі 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 [2, с. 78].

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 зупинитися бізнесмени [3, с. 33]. 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».

Ми вважаємо, що приватні готелі можна класифікувати за кількістю проживаючих (Таблиця 1):

- 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).

Проведене дослідження показало що у Донецьку станом на 2011 рік є:

- 22 приватних «міні-готелі»;
- 6 приватних «малих готелів»;
- 3 приватних «великих готелів».

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:

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

**Таблиця 1.
Класифікація приватних готелів міста Донецьк за кількістю номерів проживання***

№	Назва готелю	Кількість номерів	Класифікація готелю	Група класифікації
1	«Донбас»	129	5*	3
2	«Вікторія»	38	4*	1
3	«Домінік»	22	3*	1
4	«Централь»	97	3*	2
5	«Єва»	38	3*	1
6	«Атлас»	165	3*	3
7	«Іспанський дворик»	12	3*	1
8	«Легіон»	7	3*	1
9	«Азанія»	12	Без категорій	1
10	«Аврора»	38	Без категорій	1
11	«Париж»	8	Без категорій	1
12	«Економ»	10	Без категорій	1
13	«Ліверпуль»	70	Без категорій	2
14	«Дружба»	74	Без категорій	2
15	«Україна»	77	Без категорій	2
16	«Київ»	39	Без категорій	1
17	«Шахтар»	214	Без категорій	3
18	Кемпінг-мотель «Богатир»	13	Без категорій	1
19	«Джон Х'юз»	11	Без категорій	1
20	«Динамо»	19	Без категорій	1
21	«Мотель»	20	Без категорій	1
22	«Рубікон»	21	Без категорій	1
23	«Великобританія»	25	Без категорій	1
24	«Хуторок» (будинок приїжджих)	14	Без категорій	1
25	«Нива»	40	Без категорій	1
26	«Лісова поляна»	26	Без категорій	1
27	«Польот» (Міжнародний аеропорт)	86	Без категорій	2
28	«Олимп»	22	Без категорій	1
29	«Містерія»	13	Без категорій	1
30	«Космос»	72	Без категорій	2
31	«Гіппократ-Норд»	20	Без категорій	1

* Розроблено автором

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 [4, с. 145]:

- 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». [5, с. 88].

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 [6, с. 61-77].

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 [7, с. 120].

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:

- 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 [8, с. 211-213].

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.

Так, в готелі "Прага" за рахунок власних засобів вважаємо за потрібне переобладнати тримісні номери в номери підвищеного комфорту, замінити пасажирські ліфти і магістральні труби водопостачання в ресторані, доцільним буде побудувати і власну котельню. "Прага" – один з найбільших 4 зіркових готелів Донецька. У зв'язку з підвищеним попитом на одномісні номери пропонуємо переобладнати частину двомісних номерів в одномісні (також власними коштами).

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 [9, с. 1-5]. Приватний готельний бізнес в Україні, на наш погляд, має перспективи як мінімум з п'яти причин:

- по-перше, в країні у 2012 році відбудеться Євро 2012, що послужить поштовхом для розвитку готельного господарства як в регіоні, так і в країні;
- по-друге, 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-третє, 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-четверте, Україна, що заявила про свою інтеграцію в європейські структури, поступово стає для європейців (в нашому випадку — туристів) привабливішою;
- по-п'яте, 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 [10, с. 21-23].

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 [11, с. 24-28]. Додаткові послуги, що надаються готелями, з одного боку, залучають туристів, з іншого, – служать для готелів додатковим джерелом прибутку.

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.

Дослідження статистичних даних Донецької міськради показало, що для розміщення гостей Євро-2012 підписано угоди з 53 готелями Донецька на 2005 номерів. Найбільший дефіцит припадає на 4-5 «зіркові» номери. Для підвищення номерного фонду на сьогодні в регіоні будуються і проводять реконструкцію ще 19 готелів з 1761 номерним фондом [12].

Саме в рамках підготовки до проведення Євро-2012, на нашу думку, потрібно виконати такі завдання:

– виготовити переоснащення 12 готелів міста, що діють, а саме, «Донбас - палац», «Вікторія», «Прага» та інших;

– побудувати 11 готелів;

– провести реконструкцію гуртожитків вузів I-IV рівнів акредитації та побудувати новий гуртожиток Донецького державного університету управління. Весь готельний комплекс міста буде побудований за рахунок інвесторів обсягом в 2,2 млрд. грн., будівництво і реконструкція гуртожитків за рахунок засобів державного бюджету – 69,5 млн. грн.

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.

Саме для проведення півфінального матчу чемпіонату Європи з футболу в 2012 році на сьогодні, згідно з вимогами УЕФА, Донецьку не вистачає 1809 «зіркових» номерів. Їх дефіцит складає 32%. До моменту проведення фінальної частини Євро-2012 шахтарська столиця зобов'язана надати уболівальникам і туристам 1690 готельних номерів класу «5 зірок», 3525 – «4 зірки» і 360 – «3 зірки».

Для втілення цих планів і звільнення від тяжких роздумів місцевої влади Уряд з парламентом мають негайно забезпечити прийняття необхідних нормативно-правових актів у сфері готельного господарства й будівництва.

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.

Список використаних джерел

1. Ткаченко Т.І. Організаційно-економічні особливості функціонування підприємств готельного господарства різних форм власності / Т.І. Ткаченко // Вісник ДІТБ. – 2001. – №5. – С. 209- 213.
2. Алейнікова Г.М. Організація та управління тур бізнесом: Навч. посібник. / Г.М. Алейнікова – Х.: Олді-Плюс, 2005. – 184 с.
3. Азар В. Згадати про стандартизацію послуг готелів / В. Азар // Готель. – 2001. – №3. – 36 с.
4. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм: Підручник / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Прес, 2002. – 470 с.
5. Ахмін А.М. Основи управління якістю продукції. Навч. посібник / А.М. Ахмін. – СПб.: Союз, 2002. – 192 с.
6. Готельні послуги: соціально-технологічний вимір // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. Міжвузівський збірник наукових

- праць (Випуск 6–7) // Київський університет імені Тараса Шевченка. – К. Одеса, 2000. – С. 61-77.
7. Лук'янова Л. Г. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л.Г. Лук'янова – К.: Вища школа, 2001. – 236 с.
 8. Мельник Н.П. Критерії оцінки якості послуг, що надаються підприємствами готельного господарства / Н.П. Мельник // Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми якості у громадському харчуванні готельному господарстві і туризмі»: Матеріали конференції (28-29 жовтня 1998 року, Київ) / Відп. ред. А.А. Мазаракі. – К., 1998. – С. 211-213.
 9. Мельник О.П. Модель організаційної структури управління готельного господарства України / О.П. Мельник // Придніпровський науковий вісник. Економіка. – 1998. – №7(74). – С. 1-5.
 10. Скибінський С.В. Маркетинг готельних послуг. / С.В. Скибінський – Л.: Видавництво Львівської комерційної академії. – 2000. – 246 с.
 11. Гужва В. Інтегровані системи управління підприємством / В. Гужва // Довідник економіста. – 2006. – Вересень. – С. 24-28.
 12. Донецк: коментарии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.donetsk.comments.ua>.

Подано до редакції 16 лютого 2011 року

Асмолова І.Н.

Анализ и выявление путей усовершенствования ресурсного потенциала частных гостиниц

Статья посвящена анализу и выявлению путей усовершенствования ресурсного потенциала частных гостиниц. Исследовано эффективное использование и проанализирована сущность инвестиционных процессов частных гостиниц. Рассмотрено значение ресурсов в частных предприятиях.

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

Asmolova I.M.

Analysis and exposure of ways of improvement of resource potential of private hotels

The article is devoted an analysis and exposure of ways of improvement of resource potential of private hotels. The effective use is investigational and essence of investment processes of private hotels is analyses. The value of resources is investigational in private enterprises.

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

Асмолова Ірина Миколаївна – аспірант кафедри менеджменту Європейського університету фінансів, інформаційних систем, менеджменту та бізнесу.