

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

Gusyeva, Olga

Odessa National Economic University

2009

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/43019/>
MPRA Paper No. 43019, posted 05 Dec 2012 17:13 UTC

Проблеми функціонування малих готелів в Україні

Постановка проблеми в загальному вигляді. Для виходу туристичної галузі України із кризи необхідно створити умови для поліпшення роботи підприємств готельного бізнесу, що є основою індустрії туризму. У цей час спостерігається тенденція зниження рентабельності великих готельних підприємств, зменшення завантаження їхнього номерного фонду внаслідок падіння платоспроможного попиту на послуги в даній сфері діяльності. Крім того, порушення стабільності функціонування кредитно-банківської системи приводить до погіршення інвестиційного клімату як у цілому по країні, так і в туристичній галузі зокрема. Тому одним зі шляхів зм'якшення наслідків кризи в сфері туризму може стати створення мережі готельних підприємств малої місткості, які мають низку істотних переваг перед великими засобами розміщення.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років свідчить про те, що зараз дуже мало авторів наукових праць присвячують свої роботи питанням із функціонування малих готелів. В Україні такі розробки тільки починаються, а в Росії найбільш відомою є книга А.О.Мусакіна «Малый отель: с чего начать, как преуспеть», в якій даються практичні поради власникам і менеджерам малих готелів із приводу складання бізнес-плану, приводяться методичні рекомендації, необхідні для успішного ведення готельної справи [1].

Невирішені частини загальної проблеми. Треба відмітити, що не зважаючи на фактичне існування в практиці ведення готельного бізнесу засобів розміщення малих форм, які розподіляються фахівцями з туризму на «малі готелі» та «міні-готелі», офіційного оформлення свого статусу на законодавчому рівні України ці підприємства дотепер не отримали.

Ініціюванням прийняття законопроектів щодо визнання засобів розміщення малої місткості займається створена у грудні 2006 року «Асоціація малих готелів

та апартаментів України»; крім того, у 2003 році було уведено в дію регіональне «Положення про малі готелі, мотелі, пансіонати», яким регламентувалася діяльність означених підприємств на території АР Крим.

Варто зазначити, що в усіх країнах світу в усі часи саме малий готельний бізнес був здатним протистояти економічній кризі в сфері туризму внаслідок спроможності проводити гнучку цінову політику, спрямовану на провадження беззбиткової діяльності.

Метою статті є огляд проблем і перспектив створення мережі готельних підприємств малої місткості з точки зору їх внеску в заходи щодо подолання економічної кризи у сфері туризму.

Виклад основного матеріалу. Досвід розвитку засобів розміщення свідчить про те, що перші законодавчі акти з готельного господарства з'явилися ще в далекій давнині. У середньовічний період отримав поширення такий прогресивний напрямок у діяльності підприємств гостинності, як створення перших професійних асоціацій. Так, ще в 1282 році власники постійних дворів італійського міста Флоренції об'єдналися й заснували свою гільдію, що займалася контролем готельного бізнесу за допомогою міських чиновників, які проводили опитування мандрівників безпосередньо у міських воріт, з їхнім наступним розподілом по певних готелях [2, с. 13].

Період Нової історії людства збігається з розвитком спеціалізованих підприємств із виробництва готельних послуг. Крім того, на рубежі XIX - XX століть будівництвом готелів, підготовкою кадрів, питаннями цінової політики в різних державах почали займатися спеціально створювані готельні об'єднання, синдикати, акціонерні товариства. У 1906 році був організований Міжнародний союз власників готелів, що об'єднав господарів 1700 готелів із багатьох країн світу.

Хоча початок XX століття ознаменувався появою нових підприємств готельно-ресторанного сервісу, однак події наступних років - Перша та Друга Світові війни, економічна депресія 1930-х років – негативно вплинули на розвиток готельного господарства; туризм, як вид діяльності, був практично

паралізований. Тим часом, у післявоєнний період туристичні обміни між країнами вийшли на зовсім новий рівень, туризм став здобувати дійсно масовий характер: із предмета розкоші він перетворився в потребу для більшості населення цивілізованих країн. Одночасно із цим формувалася потужна індустрія відпочинку зі своїми інститутами, продуктом, виробничим циклом, методами організації та управління виробництвом.

В зарубіжній практиці ведення готельного бізнесу отримали широке розповсюдження готельні підприємства невеликої місткості (від 2 до 50 номерів по європейських мірках та до 150 номерів – по американських та азійських), які не тільки міцно зайняли свою нішу, але й стали одним із ключових елементів готельної індустрії. Наприклад, в країнах Європи пропорція в обслуговуванні клієнтів великими і малими засобами розміщення складає 3:2, тобто більшу частину (близько 60%) постояльців обслуговують великі готелі, а 40% туристопотоку приходиться на засоби розміщення малих форм. Відносно структури європейських засобів розміщення за кількістю готельних підприємств ситуація інша – на великі готелі приходиться лише 15 - 25% загальної кількості готельних підприємств, у той час як 75 - 85% доводиться на малі мотелі та готелі сімейного типу [3].

Створення та функціонування малих засобів розміщення туристів має низку істотних переваг перед великими підприємствами готельного господарства. Наприклад, реалізація проектів малих готелів при не дуже потужних вкладеннях приносить значні прибутки. Крім того, нові малі готелі вже в перші роки роботи мають більше високий коефіцієнт завантаження номерного фонду. Рентабельність таких готелів становить близько 18 %, у той час як аналогічний показник для великих готелів перебуває на рівні 8 - 10 %. Строк окупності малих готелів дорівнює приблизно трьом – п'яти рокам, а для готельних комплексів він становить у середньому сім років [4].

Однієї із причин, за якою засоби розміщення малих форм стали активно впроваджуватися на ринку готельних послуг, є можливість облаштованості малого готелю в «старому» фонді, що дуже важливо при існуючому дефіциті

місць під забудову. Як приклади можна відзначити широке поширення малих готелів в історичному центрі Петербурга, розвиток системи готелів «Парадорес» («paradores») у замках і палацах Іспанії, «Поусадас» («pousadas») у Португалії тощо.

Крім того, головною специфічною рисою малого готелю, його кардинальною відмінністю від великих засобів розміщення, є персоніфікація обслуговування. Саме невелика кількість номерів дозволяє приділяти увагу кожному клієнтові індивідуально. Створюється тепло й атмосфера домашнього комфорту, тому що всіх клієнтів знають і пам'ятають, будь-яке прохання приймається до розгляду, будь-який каприз може бути виконаний. На все це не вистачає ресурсів і часу у великих готелях.

Немаловажним чинником збільшення конкурентоспроможності є й система ціноутворення, яка дозволяє малим готелям чутливо реагувати на змінення зовнішньої обстановки, особливо під час кризи.

На рубежі ХХІ віку ринкові стосунки в українській економіці почали розвиватися динамічно, що знайшло відображення й у сфері туризму: поступово стиралися різкі розходження в організації готельної справи в Україні та за рубежом, йшло будівництво нових сучасних готелів (переважно малої місткості), модернізувалися старі; повільно, але все-таки підвищувався рівень сервісу, оснащеність номерного фонду, кваліфікація обслуговуючого персоналу.

Паралельно із процесами, що відбувалися в практичній діяльності вітчизняного готельного господарства, здійснювалося їхнє теоретичне обґрунтування. Однак, дотепер має місце різнопланова класифікація засобів розміщення, запропонована як авторами наукових публікацій, так і та, що знайшла відбиття в нормативно-правових документах. Деякі вчені [5, с. 37 ; 6, с. 204-205], розглядаючи окремі типи засобів розміщення, пропонують класифікувати їх за таким критерієм, як місткість номерного фонду, виділяючи при цьому невеликі, середні та великі готельні підприємства. Існують також рекомендації UNWTO, згідно з якими до категорії малих відносяться готелі з

кількістю номерів до 30, однак, робиться примітка, що визначення цього обмеження є пріоритетом кожної окремої країни.

Проте, в Україні, незважаючи на всі переваги розвитку діяльності малих готелів, існує проблема відсутності законодавчої бази в області засобів розміщення малих форм. Внаслідок цього відбувається обмеження росту малих готелів, виникає проблема їхніх взаємин з контролюючими державними органами, відсутня система категоризації малих засобів розміщення, які не володіють мінімально припустимим номерним фондом.

З погляду Всесвітньої туристичної організації, засіб розміщення – будь-який об'єкт, що регулярно або епізодично надає туристам місця для ночівлі. Згідно з українським законодавством і рекомендаціями UNWTO, всі засоби розміщення підрозділяються на колективні й індивідуальні. В Україні у зв'язку із прийняттям 15 березня 2006 року Постанови Кабінету міністрів № 297, що затвердила «Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)», проведена чітка грань між колективними й індивідуальними засобами розміщення туристів. Відповідно до даного Порядку, межею для віднесення засобів розміщення до тої або іншої групи, є визначена кількість місць (у даному випадку - 10), призначених для нічлігу. Таким чином, до групи колективних віднесені засоби розміщення із загальним числом 10 місць і більше, за які стягується плата за встановленими цінами; індивідуальним вважається засіб розміщення, який має до 9 місць включно, а оплата може бути договірною.

Всі власники або орендарі колективних засобів розміщення, поза залежністю від своєї організаційно-правової форми та форми власності, зобов'язані зареєструватися в державній адміністрації як суб'єкти підприємницької діяльності (у вигляді юридичної або фізичної особи - СПД), а також надавати у встановлений законодавством термін комплект документів фінансової та статистичної звітності, затвердженої для даного виду діяльності.

Власники або орендарі індивідуальних засобів розміщення не підлягають реєстрації як суб'єкти підприємницької діяльності, однак вони також повинні вести облік - за спрощеною методикою, розробленою місцевими органами

виконавчої влади в сфері туризму: вести книгу реєстрації, у якій зазначаються паспортні дані туристів, дата їхнього прибуття й вибуття, вартість наданих послуг. Таким чином, власники індивідуальних засобів розміщення (дач, вілл, котеджів, квартир тощо) не здають у повному обсязі звіт, передбачений для колективних засобів розміщення, однак вони зобов'язані подавати в органи державної податкової інспекції щорічну декларацію про доходи, одержані від надання послуг з тимчасового розміщення [7].

Згідно з українським законодавством, до категорії готелів відносяться виключно колективні засоби розміщення у вигляді майнових комплексів, що складаються із 7 і більше номерів, які підлягають єдиному керівництву та згруповані за категоріями відповідно до переліку надаваних послуг та наявного обладнання [8]. Неefективність даного визначення можна проілюструвати наступними прикладами: по-перше, засіб розміщення, що має 5 двомісних номерів, теоретично може бути колективним засобом розміщення, але не зможе називатися готелем; по-друге, засіб розміщення, що має від 7 до 9 одномісних номерів, теоретично може бути індивідуальним засобом розміщення, що не дає йому права називатися готелем. Указаний нонсенс необхідно подолати шляхом розроблення відповідних нормативно-правових актів, у т.ч. регламентуючих діяльність малих готельних підприємств.

Недосконалість нормативно-правової бази країни приводить до того, що багато малоформатних готелів, які зобов'язані проходити процедуру сертифікації послуг розміщення, не можуть цього зробити, тому що не відповідають нормам і правилам, установленим у державних стандартах винятково для середніх та великих засобів розміщення. У результаті наша країна через незбалансовану законодавчу базу втрачає більшу частку надходжень у бюджет, а малі готелі, у свою чергу, страждають від неможливості нормально функціонувати.

Істотною проблемою в Україні в цілому і в Одеському регіоні зокрема є відсутність системи статистичних спостережень у сфері готельного бізнесу. Так, наприклад, за офіційними даними, в м. Одесі працює 31 готель, однак паралельно з ними перебуває безліч готелів, які не надають про себе ніякої інформації в

Головне управління статистики Одеської області (немає даних як мінімум про 41 готельне підприємство, серед яких практично всіх можна віднести до категорії малих). Таким чином, оновлений список готелів Одеси складає 72 підприємства, серед яких 44 готелі (тобто понад 60% загальної кількості) мають місткість менше 50 номерів і можуть вважатися малими [9, с. 48].

Однією з причин, чому власники або орендарі малих готелів не хочуть офіційно реєструватися є недосконала система оподаткування, яка вимушує підприємства малих форм залишатися у тіні. Крім того виходячи з процедури проходження сертифікації деякі власники віддають перевагу штрафам ніж проходженням процедури сертифікації.

Схеми, що використовуються під час обов'язкової сертифікації послуг з розміщення:

- Перша схема – схема з обстеженням засобу розміщення, яке здійснюється згідно з вимогами ДСТУ 3957:2000 „Система сертифікації УкрСЕПРО. Порядок обстеження виробництва під час проведення сертифікації продукції” (далі – ДСТУ 3957) та цими Правилами з метою встановлення відповідності послуг, що ним надаються, обов'язковим вимогам нормативних документів, Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 № 297, а також додатково на бажання виконавця послуг з метою підтвердження відповідності готелю або аналогічного йому засобу розміщення вимогам ДСТУ 4269 до певної категорії;
- Друга схема – схема із сертифікацією системи управління якістю щодо надання послуг з розміщення, яка здійснюється на відповідність вимогам ДСТУ ISO 9001-2001 „Системи управління якістю. Вимоги” на бажання виконавця послуг з метою забезпечення впевненості органу із сертифікації у тому, що засіб розміщення здатен систематично надавати послуги, які задовольняють вимоги замовника та обов'язкові вимоги нормативних документів, Порядку надання послуг з тимчасового

розміщення (проживання), затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 № 297, а також додатково з метою підтвердження відповідності готелю або аналогічного йому засобу розміщення вимогам ДСТУ 4269 до певної категорії. [10]

Відповідальність за порушення законодавства в сфері сертифікації за продаж чи використання у господарській діяльності продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації, але яка немає сертифіката відповідальності, встановлено штраф для СПД – від 3 до 88 неоподаткованих мінімумів прибутків громадян (від 51 грн. до 1496 грн.).

Малим готелям найчастіше складно працювати самостійно. Вони потребують більш високої управлінської майстерності, ніж крупні. Керівники самостійних готелей мають слабкі місця, найчастіше це маркетинг та фінанси, вони змушені виконувати функції не тільки лінійного, але також і функціонального керівництва.

Керівництво незалежних готелей, якщо воно хоче зберегти прибутковість, повинно внідряти більш сучасні управлінські системи та технології, використовувати гнучку систему розстановки кадрів, з якою службовці у разі виробничої необхідності зуміщують декілька посад та можуть замінити один одного, тобто є фахівцями широкого профілю.

Чинники, що впливають на прагнення власників готелів до об'єднання:

- Необхідність повного завантаження готелю;
- Забезпечення відповідності стандартам оснащення й устаткування;
- Висока конкуренція;
- Кон'юнктура ринку;
- Створення фондів для інвестицій.

Тому незалежні власники вступають у мережі, що поєднують незалежні готелі з метою створення спільного готельного продукту, системи обслуговування інформаційних і управлінських систем, корпоративних систем

бронювання, закупівель за оптовими цінами і т.д., щоб набагато швидше реагувати на ті процеси, якими вони не мають сил управляти.

Можливості, які залучає малий готель вступивши до мережі:

- організація участі в професійних виставках, туристичних салонах України, СНД і за кордоном;
- організація участі в конференціях, семінарах і круглих столах з представниками державної влади, туристичних фірм і ЗМІ;
- видання єдиного каталогу і довідників про членів і партнерів мережі;
- організація єдиної рекламної кампанії бренду;
- організація єдиного Інтернет-сайту і центру онлайн-бронювання малих готелів України, які є членами мережі;
- проведення комплексного аудиту міні-готелів або окремих їх служб, з розробкою пропозицій по поліпшенню їх роботи;
- надання консультацій по практичних питаннях сертифікації і категоризації міні-готелів, відповідно до вимог українського законодавства;
- підбір, навчання і підвищення кваліфікації персоналу малих готелів;
- пошук ділових партнерів;
- пільгові умови договорів з постачальниками товарів і послуг для міні-готелів членів мережі;
- сприяння залученню інвестицій в Україні і з-за кордону під реконструкцію, розвиток і будівництво малих готелів-членів Асоціації;
- робота з турфірмами по залученню гостей в малі готелі-члени мережі;
- пошук і підбір компанії, що управляє;
- допомога в організації збуту товарів і послуг на ринку.

Міжнародна готельна асоціація (МГА) поділяє готельні мережі на три категорії:

- корпоративні мережі – готельні корпорації, що володіють численними підприємствами;

- мережі незалежних підприємств, що об'єднуються для використання загальної системи бронювання, концепції маркетингу, реклами й ін.;

- мережі, що надають управлінські послуги. [11]

Висновки і перспективи подальших розробок. Об'єднання малих готелів у єдину партнерську мережу дозволило б при збереженні їх господарської незалежності успішно вирішити значну частину гострих господарських питань, таких як, економія на закупівлі малоцінних предметів і швидкозношуваних матеріалів, пошук і набір персоналу, аутсорсинг непрофільних послуг та ін. [12 с. 68]. У той же час, централізоване просування готелів, що входять у мережу, підвищить пізнаваність кожного з готелів для потенційних клієнтів, розширить взаємодію з туроператорами й великими корпоративними клієнтами, тобто забезпечить додатковий приплив клієнтів у готелі партнерської мережі.

Література:

1. Мусакин А.А. Малый отель: с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим. – СПб.: Питер, 2007. – 320 с.
2. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 352 с.
3. Проект «Програми створення мережі малих готелів «Малі готелі Києва», унесений до затвердження рішенням Київської міської ради // www.kmr.gov.ua
4. Мини-отели на пике популярности // www.kansas.ua/go/ru/article.
5. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 400 с.
6. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
7. Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання). Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. № 297 // www.tourism.gov.ua.
8. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг. Затверджено наказом Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 р. № 19 // www.tourism.gov.ua.
9. Гусєва О.В. Стратегія створення мережі готельних підприємств малих форм // Дипломна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра. – Одеса, 2008. – 101 с.
10. Правила обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання). Затверджено наказом Держстандарту України від 27.01.1999 № 37 (у редакції наказу Держспоживстандарту України від 03.09.2007р. № 207) // www.tourism.gov.ua.
11. Опанащук Ю.Я. Развитие гостиничного хозяйства в Украине тенденции и перспективы // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2004. - №3

12. Родионов Александр Александрович. Клиентоориентированные стратегии в сети малых отелей : Дис. канд. экон. наук : 08.00.05 Москва, 2005 169 с. РГБ ОД, 61:06-8/229