

Секція: 2. Стратегічні засади розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу в умовах посилення нестабільності національної економіки.

Нездоймінов С. Г.,
кандидат економічних наук, доцент,
Шаламай Т. О., магістрант
Одеського національного економічного університету
м. Одеса, Україна

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Світове готельне господарство нараховує близько 350 тис. комфортабельних готелів, що мають більш, ніж 14 млн. номерів (26 млн. місць). При цьому кількість номерів за останні 20 років щорічно в середньому збільшується на 3-4%, що свідчить про значну динаміку зростання засобів розміщення туристів. Вагомою складовою функціональних інфраструктурних туристичних ресурсів України є готельне господарство, яке надає туристам послуги з тимчасового розміщення і проживання. Станом на 01.01.2017 року в Україні нараховувалося більше ніж 4 тис. колективних засобів розміщування, у тому числі 2534 готелів та інших місць для тимчасового проживання і 1863 спеціалізованих засобів розміщення. У період 2012 - 2016 рр. вітчизняне готельне господарство динамічно розвивалося, проте в останні 2 роки ця тенденція отримала негативний напрямок [1]. Так, наприклад в Одеському регіоні спостерігається тенденція скорочення підприємств розміщування та станом на 01.01. 2019 рік, нараховується 177 колективних засобів розміщування (23427 місць), які надали послуги 289 913 тис. споживачам у 2018 році [2].

Аналіз динаміки кількості готелів в Україні та світі, а також тенденції зміни готельного фонду за рахунок розвитку малих готелів дозволяє зробити висновок, що дана галузь є перспективною сферою капіталовкладень підприємців, оскільки розвивається достатньо швидкими темпами, зумовлює рівень зайнятості у відповідних регіонах, створює матеріальну базу для розвитку туризму.

На даний час, на ринку готельних послуг України спостерігається тенденція щодо розвитку різних форм малого готельного бізнесу. Дослідники сходяться на думці, що розвиток малого бізнесу в сфері гостинності є одним з невід'ємних сегментів індустрії туризму, так як жодна подорож не обходиться без організації розміщення туристів [3].

Аналіз даних щодо розвитку засобів розміщення на півдні України показує, що середньорічний темп введення нових готелів в секторі малого бізнесу Одеського регіону становить 15%. Дані про структуру розподілу готелів і аналогічних засобів розміщення за організаційними формами власності в Одеському регіоні свідчать про домінування підприємницького сектора фізичних осіб (144 об'єкта розміщення проти 88 юридичних осіб). Суб'єкти підприємницької діяльності - фізичні особи ведуть малий бізнес в 2062 колективних засобах розміщення України та генерують більш 7807 робочих місць у даному секторі гостинності [4]. Таким чином, сектор малого бізнесу сфери гостинності, має певну частку динамічного ринку, яка характеризує ступінь відповідності пропонованих їм послуг вимогам споживачів. Але в останні роки підприємства малого готельного бізнесу розвиваються в негативних умовах, зокрема нестабільної економіко-політичної ситуації країни, що призводить до зниження туристичної та бізнес-активності, дефіциту фінансування, відсутності привабливих для будівництва готелів земельних ділянок, довгої окупності таких проектів тощо. Поліпшенню ситуації сприятиме розробка стратегій розвитку підприємств готельного бізнесу, пошук фінансових джерел та створення сприятливого інвестиційного клімату, формування механізму стратегічного планування діяльності підприємств готельного бізнесу, сертифікація готельних послуг.

Науковці вважають, що стратегічне планування в готельних підприємствах покликано забезпечувати економічну стабільність, впровадження інноваційних технологій надання основних та додаткових послуг, конкурентні переваги на регіональному ринку.

Для успішного удосконалення механізму стратегічного планування в діяльності готельних підприємств малого бізнесу, важливим є впровадження зарубіжного досвіду та застосування цього досвіду з урахуванням специфічних особливостей ведення готельного бізнесу в сучасних умовах.

Дослідники підкреслюють, що методи, які використовуються в закордонній практиці, не адаптовані до вітчизняних умов господарювання. В наслідок цього, результати застосування таких методів не завжди є задовільними. Розв'язання цієї проблеми потребує об'єднання зусиль науковців і фахівців практиків у розробці власних методик стратегічного планування, які б враховували усі особливості сучасної економіки України. Крім того в підприємствах готельного господарства недостатньо кваліфікованого персоналу, який має досвід стратегічного планування. Тому необхідно при підготовці фахівців сфери готельного господарства звертати увагу на вивчення сучасних підходів, методів і прийомів стратегічного планування діяльності готельних підприємств та проектного менеджменту. Також необхідно сприяти організації системи мотивації до систематичного підвищення кваліфікації відповідних працівників готельних підприємств [5, с.104].

На наш погляд вдалим прикладом стратегічного планування та управління є об'єднання готельних підприємств в готельну мережу. Наприклад готельний оператор Ribas Hotels Group (Україна), станом на липень 2019, управляє 25 об'єктами готельно-ресторанного комплексу (пляжні і гірськолижні готелі, хостели та санаторії), два з яких є власними. Загальний номерний фонд мережі становить 1424 номерів [6]. Сучасним трендом розвитку світового готельного господарства залишається централізація управління. Практично всі готельні ланцюги світу, незалежно від їхнього рейтингу, зазнаючи жорсткої конкуренції, шукають будь-які можливості для збільшення свого потенціалу. Причому централізація управління в дрібних готельних ланцюгах відбувається інтенсивніше, ніж у великих.

Процеси глобалізації та міжнародної інтеграції, динамічний розвиток готельної індустрії в Україні, імплементація закордонного досвіду вимагають

від менеджерів готельного бізнесу постійного вдосконалення підходів до стратегічного управління. Перспективним напрямком впровадження міжнародного досвіду щодо стратегічного управління у сфері готельного господарства є об'єднання малих готельних підприємств в готельну мережу, що забезпечує рентабельну діяльність суб'єктів підприємництва та зниження ризиків втрати конкурентоспроможності.

Література:

1. Колективні засоби розміщування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/tur/zr_u.html.
2. Колективні засоби розміщування 2012-2018 рр. Головне управління статистики в Одеській області. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
3. Nezdoyminov S. Prospects of development of tourist flow in Ukraine / S. Nezdoyminov, O. Shykina // Modern European Researches. Privatuniversität Schloss Seeburg. – Salzburg, Austria, 2016. – № 4. – P. 82-90.
4. Нездойминов С. Г. Малое предпринимательство на рынке гостиничных услуг // Наука - сервису. Материалы XXIII Международной научно-практической конференции. Под редакцией И. В. Бушуевой, О. Е. Афанасьева Издательство: РУСАЙНС. 2018. С.121-129
5. Троценко В. В., Погасій С.О. Основні проблеми стратегічного планування у готельному господарстві та шляхи їх вирішення // International Scientific Journal. – 2016. – №1. – С. 102-105.
6. П'ятизіркові готелі в курортних містах знижують ціни через не самий вдалий старт туристичного сезону – 2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biz.nv.ua/ukr/consmarket/p-yatizirkovi-goteli-v-ukrajini-znizili-cini-mayzhe-na-tretinu-50034883.html>