

СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ М. ОДЕСИ

Анотація

У статті досліджується сучасний стан готельного бізнесу м. Одеси. Проаналізовано номерний фонд, вартість проживання та рівень завантаження готелів категорії «3-4 зірки». Виявлено основні проблеми розвитку місцевого готельного ринку та запропоновано шляхи їх вирішення.

Ключові слова: готельний бізнес, номерний фонд, категорія готелю, вартість проживання, додаткові послуги, коефіцієнт завантаження

Формування сучасної індустрії туризму в регіонах України стримується відставанням у рівні розвитку готельного господарства, яке поки що не повною мірою відповідає попиту як за обсягом номерного фонду, так і за якістю послуг, що надаються. В Україні існує незадоволений попит на готельні послуги, бракує близько 70 чотирьох та п'ятизіркових готелів (7 тис. номерів) та 400 тис. номерів в готелях нижчої категорії. Показник забезпеченості готелями (кількість готельних місць на 1000 осіб) є дуже низьким. При нормі 10 місць на 1000 осіб в Україні є лише 2,9 готельних місця (для порівняння: у Москві – 9,3; у Санкт-Петербурзі – 6,4; у Парижі – 38,4; у Відні – 25,6)). Отже, незадоволений попит на готельні послуги, який спостерігається в нашій країні вже протягом декількох років, наближення ЄВРО – 2012 спонукає підприємців до вкладання інвестицій у будівництво готелів. На позитивні зміни в економіці Одеського регіону, поживлення зовнішньоекономічних відносин та міжнародного туризму впливатиме й

швидкий розвиток ринку готельних послуг. На сьогоднішній день в м. Одеса склалися сприятливі передумови для активного зростання кількості готелів та підвищення якості готельних послуг. Про привабливість готельного бізнесу, його високу прибутковість свідчать статистичні дані: доходи підприємств готельної сфери Одеського регіону в 2008 році склали 162,2 млн. грн. В 2009 році цей показник збільшився на 16,9%, що у грошовому вираженні дорівнює 189,6 млн. грн. [2]. Водночас розвитку готельного господарства, будівництву нових готелів перешкоджають такі явища, як: бюрократичні процедури щодо отримання земельних ділянок під будівництво готелів; тривалий термін окупності готельних об'єктів; високий податковий тиск на підприємства готельної сфери; значний рівень трансакційних видатків (які інколи складають до 50 % капіталовкладень) та надмірний рівень ризику інвестицій внаслідок політичної та економічної нестабільності в країні.

Метою даної статті є дослідження сучасного стану готельного бізнесу м. Одеси. Серед діючих закладів готельного господарства нами було обрано дванадцять готелів, які мають найбільше значення для міста та посідають перші місця в рейтингу найпопулярніших засобів розміщення серед вітчизняних та зарубіжних туристів. До них належать наступні готелі: «Айвазовський», «Валентина», «Лермонтовський», «Лондон», «Лондонська», «Морський», «Моцарт», «Одеса», «Палладіум», «Фраполлі», «Чорне море», «Юність». Характеристика номерного фонду та категорійності даних готелів представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Характеристика номерного фонду готелів м. Одеси

№	Назва	Категорія	Кількість номерів	Кількість місць
1	«Айвазовський»	3 зірки	27	49
2	«Валентина»	3 зірки	90	123
3	«Лермонтовський»	3 зірки	33	66
4	«Лондон»	4 зірки	37	74
5	«Лондонська»	4 зірки	53	106
6	«Морський»	4 зірки	54	108

7	«Моцарт»	4 зірки	40	80
8	«Одеса»	4 зірки	158	316
9	«Палладіум»	4 зірки	23	46
10	«Фраполлі»	4 зірки	26	52
11	«Чорне море»	4 зірки	100	190
12	«Юність»	3 зірки	149	266

Як свідчить таблиця 1, за місткістю переважна більшість із запропонованих готелів відносяться до малих, тобто мають до 150 місць та не більше 100 номерів. Лише 3 готелі («Одеса», «Чорне море» та «Юність») слід віднести до середніх, так як вони нараховують від 100 до 300 номерів, а кількість місць в них коливається від 150 до 400. Виходячи з наведених даних бачимо, що 2/3 з обраних готелів відносяться до категорії «4 зірки». Проте, в деяких випадках, кількість номінально заявлених зірок не відповідає національним і міжнародним стандартам якості послуг. Існуюча система вітчизняної сертифікації готелів має ряд недоліків, що призводить до завищення класності готелів [1].

Дисбаланс попиту та пропозиції породжує завищені ціни на готельні номери у порівнянні з аналогічними по категорії готелями зарубіжних країн. Вартість проживання однієї особи в номері «стандарт» за добу в національній валюті представлено на рис.1.

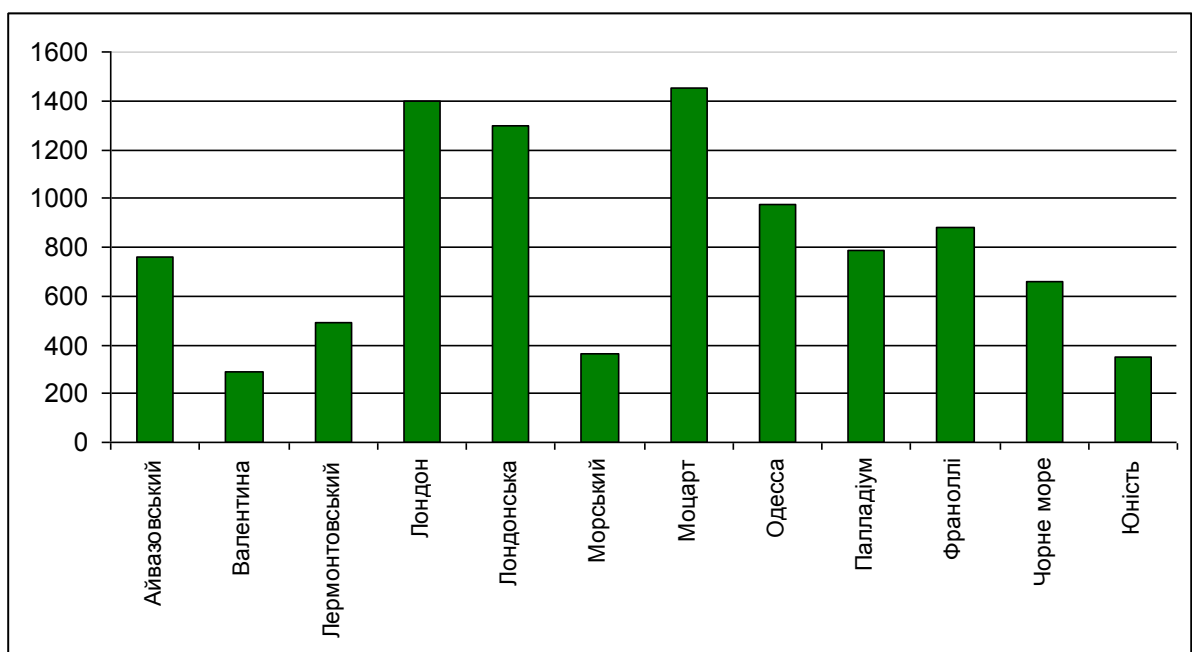


Рис. 1. Вартість проживання однієї особи в номері «стандарт» за добу, грн.

Цінові сегменти готельних послуг м. Одеси можна розподілити наступним чином:

- Нижній ціновий сегмент (до 400 грн. за особу за добу). Типові представники - готелі «Валентина», «Морський», «Юність». Їх характеризують віддаленість від історичного центру, примітивний ремонт номерів, будівля радянських часів.
- Середній ціновий сегмент (від 400 до 800 грн. за особу за добу). У цю категорію потрапили такі готелі, як «Айвазовський», «Лермонтовський», «Палладіум» та «Чорне море». Їх характеризують відносно новий ремонт, зручне розташування готелю від центру міста, середній рівень сервісу.
- Верхній ціновий сегмент (від 800 грн. за особу за добу й вище). У даний ціновий сегмент потрапили готелі «Лондон», «Лондонська», «Моцарт», «Одеса», «Фраполлі». Ці готелі відрізняються високим рівнем сервісу, бездоганним технічним станом приміщень та великим спектром додаткових послуг.

Середня вартість проживання в готелях категорії «3-4 зірки» досить висока – вона еквівалентна вартості добової оренди квартири або апартаментів. Тому ця пропозиція стає більш привабливою, і гості міста віддають перевагу зупинятися саме в орендованих квартирах.

Додаткові послуги відіграють величезну роль у формуванні доходів готелю. Нами було проаналізовано основні додаткові послуги, що пропонують готелі м. Одеси, а саме: наявність ресторанів та барів, фітнес-центру, салону краси, басейну та сауни, бізнес-центру, конференц-залу, казино та нічного клубу. Результати дослідження відображені в табл. 2.

Таблиця 2

Додаткові послуги, що пропонують готелі м. Одеси

№	Назва	Ресторан і бар	Фітнес-центр	Салон краси	Басейн і сауна	Бізнес-центр	Конференц-зал	Казино	Нічний клуб
1	«Айвазовський»	+							
2	«Валентина»	+				+	+		

3	«Лермонтовський»	+			+	+	+		
4	«Лондон»	+				+	+		
5	«Лондонська»	+	+	+	+	+	+	+	
6	«Морський»	+	+		+	+	+		
7	«Моцарт»	+	+	+	+	+	+		
8	«Одеса»	+	+	+	+	+	+	+	+
9	«Палладіум»	+			+				+
10	«Фраполлі»	+			+		+		
11	«Чорне море»	+	+	+	+	+	+		
12	«Юність»	+	+	+	+	+	+		

В залежності від категорії готелю перелік додаткових послуг суттєво відрізняється. Найбільш поширені додаткові послуги, які пропонують досліджені готелі, наступні: організація екскурсійного обслуговування; замовлення послуг гідів-перекладачів; організація продажу квитків на всі види транспорту; організація продажу квитків в театри, на концерти; виклик таксі; прокат автомобілів; продаж сувенірів; прання, прасування та хімчистка одягу. Готелі вищої категорії (4 зірки) надають додаткові послуги самостійно через широку мережу власних підрозділів. Готелі категорії «3 зірки» виступають посередниками у наданні подібних послуг.

Завантаження готелів в низький сезон є ключовою проблемою готельного бізнесу м. Одеси, оскільки витрати готелів в низький сезон не значно нижчі, ніж у високий, а доходи різко знижуються. Слід зазначити, що тривалість високого сезону в Одесі складає близько чотирьох місяців, а низького – вісім. Це пов'язано з відсутністю будь-яких туристичних заходів в місті поза літнім періодом (виняток складають День гумору – 1 квітня та День міста – 2 вересня). У розвинених країнах цими питаннями зазвичай займаються на рівні міських органів управління, розробляючи програми розвитку подієвого туризму в певному місті.

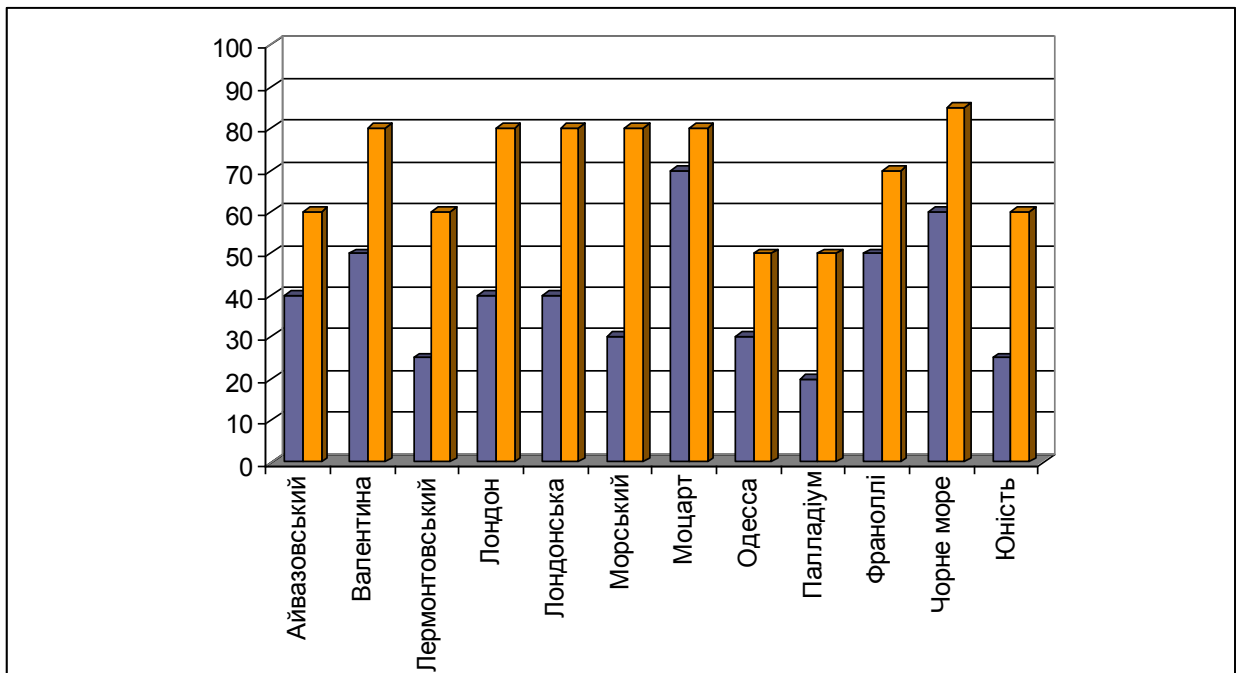


Рис. 2. Коефіцієнт завантаження готелів м. Одеси у низький та високий сезони, %

Висока вартість мешкання, призводить до того, що навіть у «високий» сезон, завантаження номерів на рівні 80% вважається відмінним показником (Рис. 2). Готель «Вікторія» досягає його шляхом залучення постійних корпоративних клієнтів, активно рекламуючи організацію різних спеціалізованих заходів - конференцій, форумів та бізнес-семінарів. Готель «Моцарт» досягає його за рахунок бездоганного сервісу і унікального місця розташування. Готель «Морський» – за рахунок співвідношення «ціна-якість» та сезонної привабливості Аркадії. Готель «Чорне море» – за рахунок розташування в діловому центрі міста та відомого бренду готельної мережі, до складу якої він входить. Готель «Лондон» – через високий рівень сервісу та найсучасніше обладнання номерів. Готель «Лондонська» – через історичну значимість своєї будівлі та розташування на всесвітньовідомому Приморському бульварі.

З розвитком міжнародних відносин м. Одеса стала відчувати нестачу готелів, здатних задовольнити вимоги як внутрішніх, так й іноземних туристів. Багато готелів функціонують ще з радянських часів. Частина з них реконструйована, але сучасним вимогам не відповідає. Щоб задовольнити

попит, необхідно вивести на ринок нові готелі, які зможуть поєднувати в собі високу якість обслуговування та адекватну ціну за розміщення. Тому багато експертів прогнозують активну участь готельних мереж на ринку готельних послуг Одеського регіону, які принесуть нові високі стандарти роботи.

Annotation

In the article the current state of the hotel business of the city of Odessa is investigated. The number fund, residing cost and occupancy rate in «3-4 stars» hotels are analysed. The main problems of development of the local hotel market are found out and the ways of solving them are offered.

Key words: hotel business, number fund, hotel category, residing cost, additional services, occupancy rate

Список використаних джерел

1. Кузнєцова Н.М., Нездоймінов С.Г. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу: [монографія]/ Н.М. Кузнєцова, С.Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2010. – 256 С.
2. В Одесской области предлагают создать территории приоритетного развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://korrespondent.net/business/realestate/1078471>