

SMALL BUSINESS OF HOSPITALITY IN THE CONTEXT OF THE SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

Sergii Nezdoyminov, PhD in Economics, Associate Professor,
Olga Shykina, PhD in Economics, Senior Lecturer,

*Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business,
Odessa National Economic University, Ukraine*

Abstract: *This paper is devoted to the solving of the problems of activation of small business development in the field of hotel services. The essence of social entrepreneurship as a form of family and small business is revealed; its role in the creation of new jobs is shown. The factors that influence the decision of the entrepreneur to start a small hotel business are analyzed. The factors that increase the competitiveness of small businesses in the hospitality industry are marked. The main problems of small hotels in their relations with public authorities are given. The expediency of the introduction of a small hotel categorization unified system for those hotels that do not have the minimum acceptable capacity is grounded. It is proposed to introduce a simplified procedure for the registration of small hotel business support mechanism for the investment of social entrepreneurship projects in the field of hospitality.*

Keywords: *social entrepreneurship, small business, the hospitality, tourism, hotel services market, environmental factors, competition*

МАЛЫЙ БИЗНЕС ГОСТЕПРИИМСТВА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Сергей Нездойминов, кандидат экономических наук, доцент,
Ольга Шикина, кандидат экономических наук, старший преподаватель,

*кафедра туристического и гостинично-ресторанного бизнеса,
Одесский национальный экономический университет, Украина*

Аннотация: *Статья посвящена решению проблем активизации развития малого бизнеса в сфере гостиничных услуг. Раскрыта сущность социального предпринимательства как формы ведения семейного и малого бизнеса, его роль в создании новых рабочих мест. Проанализированы факторы, которые влияют на принятие решения предпринимателем о вхождении в малый гостиничный бизнес. Выделены факторы роста конкурентоспособности малого бизнеса в сфере гостеприимства. Определены основные проблемы малых гостиниц в их взаимоотношениях с государственными органами. Обоснована целесообразность внедрения унифицированной системы категоризации малых гостиниц, не обладающих минимально допустимым номерным фондом. Предлагается внедрить упрощенную процедуру регистрации гостиничных объектов малого бизнеса, механизм поддержки инвестиционных проектов социального предпринимательства в сфере гостеприимства.*

Ключевые слова: *социальное предпринимательство, малый бизнес, сфера гостеприимства, туризм, рынок гостиничных услуг, факторы внешней среды, конкуренция*

ВВЕДЕНИЕ

Современное развитие социального предпринимательства в сфере гостеприимства – это сложный и динамичный процесс, зависящий от многочисленных факторов, способствующих развитию или замедляющих темпы роста малого бизнеса. По мнению исследователей, социальное предпринимательство развивается под влиянием факторов, присущих индустрии туризма: факторов функционирования рынка туристических услуг, формирования спроса и предложения, производства туристического продукта и т.д. Одновременно, современные проблемы глобализации и другие факторы планетарной жизнедеятельности человека требуют согласования интересов малого бизнеса сферы туризма и гостиничных услуг и социальных интересов общества [1, с. 235].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

На протяжении последних лет, малый бизнес и его социальная роль в сфере гостеприимства становится объектом разных исследований. При подготовке статьи авторы изучили труды ученых, в которых отражены подходы к определению роли предпринимательства в развитии экономики территорий, рынка туристических услуг [2; 3; 4; 5; 7], официальные данные государственной службы статистики; нормативно-правовые акты Украины. Используются абстрактно-логический метод (в процессе теоретических умозаключений и формирования выводов); методы структурного, статистического и факторного анализа (в процессе исследования структуры и динамики развития гостиничного малого бизнеса); эмпирические методы исследования (сравнения).

Целью статьи является определение роли малого бизнеса на рынке гостиничных услуг в условиях трансформации экономики Украины, формирование предложений, направленных на развитие форм социального предпринимательства в гостиничном бизнесе.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В настоящее время на мировом рынке услуг наблюдается устойчивая тенденция в развитии разных форм малого гостиничного бизнеса. Исследователи сходятся во мнениях, что развитие малого бизнеса в сфере гостеприимства является одним из неотъемлемых сегментов индустрии туризма, так как ни одно путешествие не обходится без организации размещения туристов [2; 4]. Учитывая разнообразные потребности людей, их вкусы, привычки, национальные особенности, уровень доходов, формы проведения досуга возникает необходимость формирования столь же разнообразного предложения по услугам размещения туристов [5]. В этой связи, интересен опыт Франции в сфере гостеприимства, где средства размещения туристов в районах сельской местности, присваиваются неофициальные категории. Категории, присвоенные в зависимости от уровня комфорта, сопровождаются классификацией (от 1-го до 5-ти «колоськов») и рекламой, информирующей о качестве и степени оснащения жилья. На сегодняшний день существует примерно 47000 частных гостиниц (включая заморские владения Франции). Категория Gîtes de France® – первая европейская сеть, размещающая туристов в частном секторе. Обустроенная, в соответствии с местным стилем, частная гостиница – это отдельно стоящий дом в традиционном для региона стиле, предлагающий все необходимое для комфортного размещения. Организация Gîtes de France® ставит перед собой следующие задачи: обеспечить лучшие условия и комфорт для пребывания туристов; отвечать требованиям и нуждам качественного туризма, в который входит пребывание на природе, общение, спокойный отдых, новые открытия; содействовать повышению престижа и сохранению культурного и природного наследия, главным образом, в сельской местности; активно участвовать в развитии местного производства и вносить вклад в укрепление позиций местного населения посредством внесения дополнительных ресурсов [6]. Исследователи считают, что 54% средств размещения в Египте можно рассматривать как малые и средние гостиницы (SMSHs), которые имеют ряд конкурентных преимуществ в ценовом сегменте рынка гостиничных услуг [7].

Выделим ряд положительных факторов, которые влияют на принятие решения предпринимателем о вхождении в малый гостиничный бизнес. Реализация проектов малых гостиниц при не очень больших вложениях приносит значительные доходы. Кроме того, малые гостиницы уже в первые годы работы имеют более высокий коэффициент загрузки номерного фонда. Рентабельность таких отелей составляет около 18%, в то время как аналогичный показатель для крупных гостиниц находится на уровне 8-10%. Срок окупаемости малых гостиниц равен примерно 3-5 годам, а для гостиничных комплексов он составляет около 7 лет [3, с. 34]. В процессе рыночных преобразований в Украине, гостиничный бизнес начал привлекать к себе внимание крупных корпораций, разных объединений, а также небольших компаний и частных предпринимателей. Исследования рынка показывают, что самой большей популярностью пользуются так называемые мини-отели, а не большие гостиничные комплексы. В связи с этим, многие владельцы домов, коттеджей, разных зданий начинают рассматривать идею превращения своей недвижимости в небольшие мини-отели семейного бизнеса, вместимостью от 5 до 50 номеров. При этом отдается предпочтение гостиницам как расположенным в экологически чистом районе вдали от городского шума, так и для бизнесменов в деловом центре города.

Проведенные нами исследования, свидетельствуют о рыночном потенциале развития малых форм гостиничного бизнеса в регионах Украины. В 2015 г. места для проживания предоставляли

4341 коллективное средство размещения (юридические и физические лица-предприниматели) с количеством мест 404 тыс. Большинство потребителей (74,3%) в основном выбирали отели и аналогичные средства размещения. Среди размещенных лиц 11,5% составляли иностранцы [8]. Анализ рынка гостиничных услуг показал, что наибольшая концентрация средств размещения субъектов малого бизнеса приходится на город Киев. В 2015 году в столице насчитывалось 12019 гостиничных номеров, из них в отелях категории пять звезд – 1449 номеров, четыре звезды – 2428 номеров, три звезды – 4139 номеров, две звезды – 891 номер, одна звезда – 175 номеров. Остальные 2937 номеров сосредоточены в гостиницах без категории (около 25%) [9]. Анализ данных о развитии средств размещения на юге Украины показывает, что среднегодовой темп ввода новых гостиниц в секторе малого бизнеса Одесского региона составляет 15% [10]. В настоящее время, субъекты предпринимательской деятельности – физические лица ведут малый бизнес в 890 гостиницах, 97 мотелях и 29 хостелах Украины. Субъекты предпринимательской деятельности (физические лица) генерирует более 5500 рабочих мест в данном секторе гостеприимства. В стране развивается семейный бизнес в сфере сельского туризма, где 285 объектов размещения предоставляют свои услуги туристам [11, с. 50]. Таким образом, сектор малого бизнеса сферы гостеприимства имеет определенную долю динамичного рынка, которая характеризует степень соответствия предлагаемых им услуг требованиям потребителей в условиях конкуренции на свободном рынке. Обратим внимание на тренды затрат туристических фирм Украины, связанных с размещением туристов в гостиничном секторе. Данные свидетельствуют о росте спроса туристов на данный вид размещения при организации путешествий, в тоже время, наблюдается снижение затрат в два раза на услуги размещения в частном секторе лиц, которые не зарегистрированы как предприниматели (табл. 1).

Таблица 1

Затраты субъектов туристической деятельности Украины на услуги по размещению туристов в 2013-2015 гг.

Тип размещения	Всего затрат на услуги размещения, тыс. грн			2015 к 2013, %
	2013	2014	2015	
Гостиницы и аналогичные средства размещения	3313734,6	2876855,2	5987031,5	+55,3
Частный сектор размещения	3687,4	1741,6	1845,8	- 50,1

Источник: разработано авторами на основе [12]

Однако, несмотря на все преимущества создания малой гостиницы семейного бизнеса, существует ряд проблем: нестабильность среды ведения бизнеса, бюрократия и коррупция, правовая незащищенность предпринимателей. Предприниматели испытывают трудности при планировании своего дела даже в краткосрочной перспективе. Отсутствуют государственные целевые программы, направленные на поддержку, развитие и защиту данной формы бизнеса. Например, в действующем законодательстве Украины не предусмотрены такие категории, как «семейный бизнес», «семейное предприятие», «семейное предпринимательство». В этой связи, в ряде регионов происходит ограничение деятельности малых гостиниц, возникают проблемы в отношениях с контролирующими государственными органами, отсутствует унифицированная система категоризации малых гостиниц, не обладающих минимально допустимым номерным фондом [13, с. 205]. Деятельность малых отелей как индивидуальных средств размещения без обязательной регистрации их в качестве субъектов предпринимательства, особенно в курортно-рекреационных регионах, ведет к «тенизации» доходов и соответственно отсутствию поступлений в бюджет.

ОБСУЖДЕНИЕ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На современном этапе экономических реформ в Украине, необходимо учитывать важную роль экономического потенциала социального предпринимательства в сфере гостеприимства, что, в свою очередь, оптимальным образом будет сочетать показатели макроэкономического роста с повышением доходов непосредственных домохозяйств, которые заняты семейным бизнесом, и в результате будет способствовать «социализации» экономики. Необходимо повышать роль государственных и муниципальных органов власти, неформальных ассоциаций предпринимателей в формировании точек экономического роста социально-ориентированного гостиничного бизнеса. В этой связи, предлагается внедрить упрощенную процедуру регистрации гостиничных объектов малого семейного бизнеса, механизм поддержки проектов социального предпринимательства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Нездоймінов, С.Г. Державне-приватне партнерство у сфері рекреації та туризму в контексті соціальної відповідальності / С.Г. Нездоймінов, Н.М. Андреева // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян: монографія: у 2-х т. / за заг. ред. Г. Г. Півняка; М-во освіти і науки України; Нац. гірн. ун-т. – Д.: НГУ, 2014. – Т. 2. – С. 231-237.
2. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В.Г. Герасименка; авт. кол.: В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк, С.Г. Нездоймінов та інші. – Одеса: "Астропринт", 2013. – 304 с.
3. Галасюк, С.С. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів: монографія / С.С. Галасюк, О.В. Шикіна. – Одеса: Атлант, 2015. – 279 с.
4. Кузнєцова, Н.М. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу: монографія / Н.М. Кузнєцова, С.Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2010. – 256 с.
5. Котенко, Т.М. Підходи до визначення соціальної результативності сфери рекреації та туризму / І.С. Каленюк, Т.М. Котенко // Вісник Одеського національного університету. – 2016. – Вип. 1, Т. 21. – С. 113-118. (Серія "Економіка").
6. Национальная организация по туристическому размещению в частном секторе. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ru.france.fr/ru/information/43594>.
7. Mohammad, A.A.A. How Can Small and Medium-sized Hotels Compete with International Hotel Chains? Egypt As a Case Study, *Tourism Review International*, 2016, Vol. 20, No. 1, pp. 57-70.
8. Мережа колективних засобів розміщування у 2015 році. Главное управление статистики в Одесской области. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Гостиничный рынок Украины: прогноз на 2016 год. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ua/news/24.03.2016/8129>.
10. Туристична діяльність в Україні у 2013 році: статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 272 с.
11. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2016. – 76 с.
12. Семенов, В.Ф. Поняття і зміст організаційно-економічного забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості / В.Ф. Семенов, С.С. Галасюк, О.В. Шикіна // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №10 (172). – С. 202-212.

REFERENCES

1. Nezdoyminov, S.G. & Andreeva, N.M. (2014), *Derzhavne-privatne partnerstvo u sferi rekreatsiyi ta turizmu v konteksti sotsialnoyi vidpovidalnosti* [Public private partnership in the field of recreation and tourism in the context of social responsibility], *Sotsialna vidpovidalnist vladi, biznesu, gromadyan*: monograph, in 2 parts, edited by G.G. Pivnyak, Dnepropetrovsk, Ukraine, pp. 231-237.
2. Gerasimenko, V.G. et al (2013), *Rinki turistichnih poslug: stan i tendentsiyi rozviku* [The market of tourist services: state and development trends], monograph, Odessa, Ukraine, 304 p.
3. Galasyuk, S.S. & Shykina, O.V. (2015), *Organizatsiyno-ekonomichni zasadi funktsionuvannya malih gotelliv* [Organizational and economic principles of functioning of small hotels], monograph Odessa, Ukraine, 279 p.
4. Kuznetsova, N.N. & Nezdoyminov, S.G. (2010), *Regionalnyi vimir rozviku turistichnogo ta gotelnogo biznesu* [Regional dimension of the tourism and hospitality industry], monograph, Odessa, Ukraine, 256 p.
5. Kalenyuk, I.S. & Kotenko, T.N. (2016), Approaches to determine the social impact of recreation and tourism sphere, *Visnik Odeskogo natsionalnogo universitetu, Seriya «Ekonomika»*, No. 1, Vol. 21, pp. 113-118.
6. Gites de France label, Available at: <http://uk.france.fr/en/information/french-style-hotels-de-charme>.
7. Mohammad, A.A.A. (2016), How Can Small and Medium-sized Hotels Compete with International Hotel Chains? Egypt As a Case Study *Tourism Review International*, Vol. 20, No. 1, pp. 57-70.
8. The network arrangement of collective facilities in 2015, The Main Office of Statistics in Odessa region, Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Hotels Ukraine market: forecast 2016, Available at: <http://marketing.rbc.ua/news/24.03.2016/8129>.
10. Tourist activity in Ukraine in 2013: Statistical Yearbook, Kiev, Ukraine, 272 p.
11. Tourist activity in Ukraine in 2015: Statistical Yearbook, Kiev, Ukraine, 76 p.
12. Semenov, V.F. Galasyuk, S.S. & Shykina, O.V. (2015), The concept and content of organizational and economic functioning of hotel enterprises of small capacity, *Aktualnu problemi ekonomiki*, No. 10 (172), pp. 202-212.