



УДК 640.41: 330.33.012

**С.Г. Нездойминов,**

*канд. экон. наук, доцент кафедры  
туристического и гостинично-ресторанного бизнеса  
Одесского национального  
экономического университета  
(Украина, г. Одесса)*

**О.В. Шикина,**

*канд. экон. наук, ст. преподаватель  
кафедры туристического  
и гостинично-ресторанного бизнеса  
Одесского национального  
экономического университета  
(Украина, г. Одесса)*

## **МАЛЫЙ БИЗНЕС В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Современное развитие социального предпринимательства в сфере туризма и гостеприимства – это сложный и динамичный процесс, зависящий от многочисленных предпосылок и внешних факторов, которые способствуют развитию или замедляют темпы роста малого бизнеса. По мнению исследователей, социальное предпринимательство развивается под влиянием факторов, присущих в целом индустрии туризма в целом (факторов функционирования рынка туристических услуг, формирования спроса и предложения, производства туристического продукта и т.д.), а также факторов внешней среды: государственная политика и регулирование в сфере туризма и рекреации, экономика и финансы (макроэкономические и микроэкономические факторы), культура, социальные и демографические изменения, развитие торговли, транспорта, инфраструктуры и научно-технического прогресса.

---

© Нездойминов С.Г., Шикина О.В., 2016

Вместе с тем современные проблемы глобализации и другие факторы планетарной жизнедеятельности человека требуют применения



системной методологии познания и практики, обеспечения целостности и согласованности интеграционных процессов в обществе. Можно условно выделить 2 уровня регуляции общественных процессов: частный – работа на уровне условий гражданского общества, где, собственно говоря, и происходит самореализация индивидуума (предпринимательство, свободный обмен результатами деятельности); публичный (государственно-правовой), с помощью которого поддерживаются целостность и гармоничность общества, а также взаимовыгодная кооперация. Важно обеспечивать взаимодействие этих уровней в интересах как общества в целом, так и отдельного человека в частности. Таким образом, развитие социального предпринимательства и малого бизнеса в сфере туризма и рекреации является одной из доминант согласования интересов личности и интересов общества [1, с. 235].

На протяжении последних лет малый бизнес и его социальная роль в сфере туризма и рекреации становится объектом исследований. Авторы сходятся во мнениях, что развитие малого бизнеса в сфере гостеприимства является одним из неотъемлемых сегментов индустрии туризма, т.к. ни одно путешествие не обходится без организации размещения туристов [2]. С учётом разнообразных потребности людей, их вкусов, привычек, национальных особенностей, форм проведения досуга возникает необходимость формирования столь же разнообразного предложения услуг по размещению туристов. Сегодня на мировом гостиничном рынке наблюдается устойчивая тенденция к развитию разных форм малого гостиничного бизнеса. Этому способствует ряд положительных факторов, которые влияют на принятие предпринимателем решения о вхождении в малый гостиничный бизнес. Реализация проектов малых гостиниц при не очень больших вложениях приносит значительные доходы. Кроме того, новые 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 в среднем 7 лет [3]. Основные факторы, влияющие на развитие рынка малых гостиниц, приведены в *таблице*.



Таблица

*Факторы, влияющие на развитие рынка малых гостиниц*

Способствующие факторы	Препятствующие факторы
Потребность в небольших финансовых вложениях при относительно высоких доходах	Отсутствие законодательной базы в сфере гостиниц с малой вместимостью
Высокий коэффициент загрузки даже в первые годы функционирования по сравнению с крупными отелями	Отсутствие системы обучения и повышения квалификации кадров в области управления и обслуживания малых гостиниц
Рентабельность малых гостиниц составляет около 18%, тогда как аналогичный показатель для крупных гостиниц находится на уровне 8–10%	Несовершенство процедуры сертификации
Срок окупаемости малых гостиниц составляет от 3 до 5 лет, а для гостиничных комплексов составляет в среднем 7 лет	Отсутствие дешевой и эффективной системы автоматизированного управления малыми гостиницами
Возможность обустройства малой гостиницы в «старом» жилом фонде	Отсутствие эффективной системы продвижения гостиничных услуг
Персонализация обслуживания потребителей	Неблагоприятное воздействие налогового законодательства в сфере бизнеса малых гостиниц
Гибкая система ценообразования на услуги	Отсутствие статистической отчетности, которая достоверно отражала бы состояние рынка малых гостиниц Украины

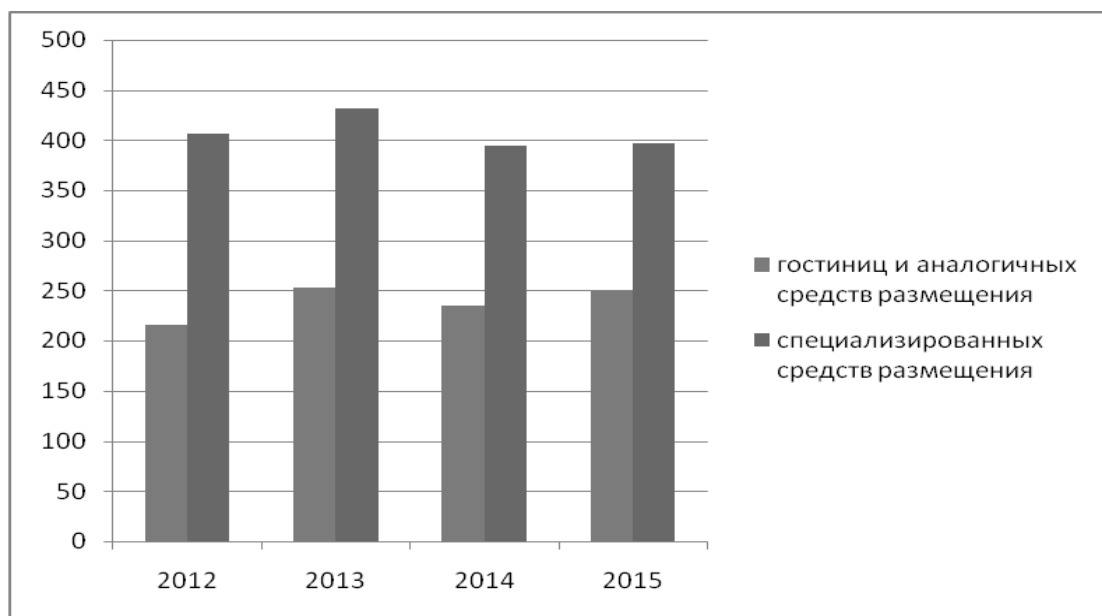
*Составлено авторами на основе: Гусева О.В. Факторы возникновения малых гостиниц // Сфера сервиса: состояние, эффективность, инновации: сб. науч. трудов по результатам конференций, проведённых в Кировском филиале в 2012 г. (Киров, Кировский филиал ФГБОУ ВПО «СПбГУСЭ»). – Киров: Экспресс Принт, 2013. – Вып. 6. – С.59–67.*



Одним из факторов привлечения потребителей в малые гостиницы является персонификация обслуживания, т.к. небольшое количество номеров позволяет уделять внимание каждому клиенту индивидуально.

Немаловажным фактором роста конкурентоспособности является система ценообразования, которая позволяет малым гостиницам гибко реагировать на изменения во внешней среде. Следует отметить высокую заинтересованность сотрудников малых гостиниц в результатах своего труда [4], поскольку персонал малых гостиниц чаще всего состоит из членов семьи предпринимателя или родственников, что решает социальную проблему занятости населения в регионах.

Анализ данных о развитии коллективных средств размещения в Одесском регионе показывает, что среднегодовой темп ввода новых гостиниц составляет 15%. (см. рис.) [5].



*Рис.* Динамика развития коллективных средств размещения в Одесском регионе в 2012-2015 гг.

Отметим, что у малых гостиниц существует возможность оперировать только на узком сегменте рынка. Вследствие того, что рынок чётко определён и доступен, на него легче выйти. При этом небольшой размер гостиницы позволяет добиться приемлемого уровня загрузки. Несмотря на все преимущества создания малой гостиницы, существует и ряд препятствий, характерных для этого вида бизнеса, как в Украине, так



и в странах СНГ в целом. На наш взгляд, основная проблема состоит в отсутствии современной нормативно-правовой базы в сфере регулирования предпринимательской деятельности малых гостиниц. 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 [6]. Значимой проблемой также является развитие системы обучения и повышения квалификации кадров в сфере управления и обслуживания малых гостиниц. К тому же на Украине также отсутствует недорогая и эффективная система автоматизированного управления малыми гостиницами. Негативно сказывается на данном бизнесе правовые коллизии в сфере защиты прав потребителей услуг малых гостиниц вследствие их неопределённого статуса. Как показывает региональная практика, клиенты этих гостиниц в основном жалуются на нарушения, связанные с эксплуатацией зданий и сооружений (39,0%), несоответствием качества обслуживания уровню цен (34,1%) [7]. Обратим внимание на то, что деятельность малых отелей как индивидуальных средств размещения без обязательной регистрации их в качестве субъектов предпринимательства, особенно в курортно-рекреационных регионах, ведёт к сокрытию доходов и, соответственно, отсутствию поступлений в бюджет в виде налогов. Как отмечают российские исследователи, «необходимо взаимодействие государства и бизнеса на принципах упрощения процедуры регистрации гостиничных объектов, поддержки инвестиционных проектов, осуществления законной, прозрачной деятельности» [8].

Таким образом, современная модель реформы регионального управления должна учитывать важную роль малого бизнеса в сфере туризма и гостеприимства в мобилизации экономического потенциала, что в свою очередь, приведёт к оптимальному сочетанию показателей макроэкономического роста с повышением доходов непосредственных домохозяйств, которые заняты предпринимательством в сфере социально-культурного сервиса, т.е. будет способствовать «социализации» экономики. Необходимо повышать роль государственных и муниципальных органов власти в формировании точек экономического роста социально-ориентированного гостиничного бизнеса.



\* \* \*

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 ін. - 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. *Кузнецова Н. М.* Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу: монографія / Н. М. Кузнецова, 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. *Гусева О. В.* Факторы возникновения малых гостиниц / О. В. Гусева // Сфера сервиса: состояние, эффективность, инновации. Сборник научных трудов по результатам конференций, проведенных в Кировском филиале в 2012 году (Киров, Кировский филиал ФГБОУ ВПО «СПбГУСЭ»). – Киров: Экспресс Принт, 2013. – Вып. 6. - С. 59-67.
7. *Галасюк С. С.* Особливості функціонування готельних підприємств малої місткості в конкурентному середовищі / С. С. Галасюк, О. В. Гусева // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: Матеріали III міжнародної наук.- практ. конф. (18-19.09.2014). – Одеса: Атлант, 2014. – С. 16-18.
8. *Коллективные средства размещения 2012-2015 гг.* Главное управление статистики в Одесской области. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
9. *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.
10. *Забержинский Б. Э., Карева Н. В.* Гостиничная индустрия: ее роль в развитии экономики, основные проблемы и пути их решения // Экономика, предпринимательство и право. — 2016. — Том 6. — № 1. — с. 99-110. — doi: 10.18334/epp.6.1.35242