

Журавльова С. М.

ст. викладач

Запорізький національний технічний університет

## ПРОЦЕСИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

*В статті розглядається та аналізується формування регіональних кластерів, які дадуть змогу впровадити єдину цінову політику на регіональному ринку та спільне планування впровадження інноваційних технологій у готельному господарстві.*

*Ключові слова: готельний сектор, регіональний кластер, готельне господарство, заклади розміщення, регіональний готельний комплекс, готельна послуга.*

Постанова проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. В останні роки в Україні проведено значну кількість досліджень з проблем економіки рекреаційно-туристичного природокористування, організації сфери туризму та готельного господарства. Питання ємнісного потенціалу регіонального готельного комплексу (РГК) та окремих підприємств, однак, залишаються недостатньо дослідженими і дискусійними. Під ємнісним потенціалом розуміємо реальний ресурс і потенційні можливості для розміщення контингенту гостей за певний період часу. Такий потенціал включає номерний фонд, пропускну спроможність і додаткові функції сервісу. У такому визначенні відображена одночасно кількісна і якісна характеристики РГК та окремих підприємств. Окрім того, з наведеного визначення випливає змінний і динамічний характер величини потенціалу, тоді як номерний фонд, взятий окремо, є більш стабільною величиною.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Окремі аспекти функціонування готельних підприємств та розвитку готельного господарства в регіонах розглядаються у наукових працях вітчизняних і зарубіжних

авторів: В. А. Азара, Р. А. Браймера, О. П. Дуровича, М. І. Кабушкіна, В. І. Карсекіна, В. О. Квартальнова, Н. М. Кузнєцової, Г. А. Папіряна, Т. І. Ткаченко, Д. Уокера, О. Д. Чудновського та ін.

Мета статті. Розглянути та проаналізувати процеси створення кластера у готельному господарстві України.

Виклад основного матеріалу. Готельне господарство є однією з основних складових туристської індустрії України. Готельне господарство – це сфера підприємництва, де жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті готелі, які можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу. Суттєву конкуренцію підприємствам готельного господарства, у т.ч. великим готелям, створюють фізичні особи-суб'єкти підприємницької діяльності, які переважно утримують невеличкі готелі та є власниками приватних будинків і квартир. Вони пропонують відвідувачам повний спектр основних та додаткових готельних послуг при значно нижчій їх вартості.

У галузевому комплексі сфери туристських послуг готельний сектор займає провідне місце, становлячи один з найперспективніших напрямів діяльності. Послуги гостинності найбільш потрібні в центрах ділового туризму та рекреаційних центрах. Основна увага для створення нових місць проживання зосереджується саме на основі орієнтації на попит в цих місцях, тобто формується саме за таким принципом: зростає їх кількість в туристично привабливих регіонах.

Підприємства – потенційні учасники кластера, нерідко виробляють подібні або супутні види товарів (послуг) і є конкурентними на товарних ринках, а самоорганізація підприємців у цьому випадку, переважно, здійснюється з ініціативи підприємця-лідера. У зв'язку з цим підприємці цілком обґрунтовано побоюються втратити власний бізнес під час входження у кластер, що зумовлює особливу роль механізму узгодження умов і взаємодій у кластері [1].

Достатньо складним аспектом створення кластера на початковій стадії

є досягнення домовленості між підприємцями з формування активів і «правил гри». Об'єднуючими факторами економічних інтересів створення кластера виступають домовленості з проводження єдиної цінової політики на регіональному ринку, розширення обсягу виробництва товарів і послуг його учасниками, ведення єдиної маркетингової політики, спільного планування впровадження інноваційних технологій, з обслуговування й постачання й ін.

Для формування реальних кластерів у регіоні мають бути відповідні умови, передусім, економічного характеру. Дослідження показують, що такі умови, правда здебільшого стихійно, поступово створюються. Це умови посилення конкурентної залежності між учасниками готельного бізнесу, наявності єдиної інфраструктури, потреби в підвищенні «класу» якості послуг. Підготовча робота до створення кластерів потребує не просто наявності «примусових, об'єктивних факторів», але й злагодженої роботи в регіоні з розвитку цих умов у напрямі позитивних змін.

Кластерні моделі в готельному бізнесі доцільно формувати поступово. Спочатку створюється ядро кластера (це найбільш тісно пов'язані виробничими зв'язками регіональні організації та підприємства). Під час налагодження стабільного режиму діяльності до «ядра» поступово (шляхом переговорного процесу) приєднуються блоки інформаційної підтримки, культурного обслуговування та інші. На третьому етапі розвитку кластера під зону його впливу можуть підпадати малі фірми, оздоровчі та спортивні центри, структурні елементи банківського обслуговування.

Таким шляхом, кластер набирає високу ємність потенціалу послуг: відпрацьовує зручний для клієнтів (гостей) режим надання самих різноманітних послуг. Цей режим – зовсім нова справа в готельній системі, оскільки має бути відпрацьована синхронізація елементів у часі, пропорційність у цінах і збалансованість користування всім спектром послуг. Під час створення кластерів мають рахуватися сформовані господарські зв'язки між готельними підприємствами й суміжниками. Окрім того, необхідно здійснювати підготовчу роботу, яка має включати:

- створення структурного ядра з формування кластерних моделей;
- проведення маркетингової роботи;
- розроблення політики і стратегії в галузі якості надаваних послуг;
- розроблення інформаційної системи й механізмів внутрішньої економічної політики;
- визначення порядку робочих процедур взаємодії підприємств, що виявили бажання увійти до готельного кластера, у т.ч. внутрішніх стандартів [2].

Відносні показники розвитку РГК, що безпосередньо або опосередковано характеризують ємність регіонального готельного комплексу є і прийнятними для регіональних зіставлень – навантаження на готельний комплекс, загальне туристське навантаження на населення регіону, привабливість регіону для в'їзного й внутрішнього туризму, визначаються наступними статистичними показниками:

- частка готельного комплексу в колективних засобах розміщення;
- частка осіб, розміщених у готельному комплексі, у загальній чисельності осіб, що обслуговуються колективними засобами розміщення;
- чисельність осіб, які обслуговуються колективними засобами розміщення, на 10000 населення регіону;
- частка іноземних громадян від загальної чисельності осіб, які обслуговуються колективними засобами розміщення.

Проаналізовано значення для 27 регіонів України за 2011 р. Внаслідок проведеної класифікації виділено чотири типи об'єднань.

Перший тип – це регіони, у яких готельний сектор домінує над спеціалізованим, показник туристичного навантаження й частка іноземних туристів перебувають на середньому рівні. Це кластер регіонів середньої туристичної привабливості.

Туристське навантаження

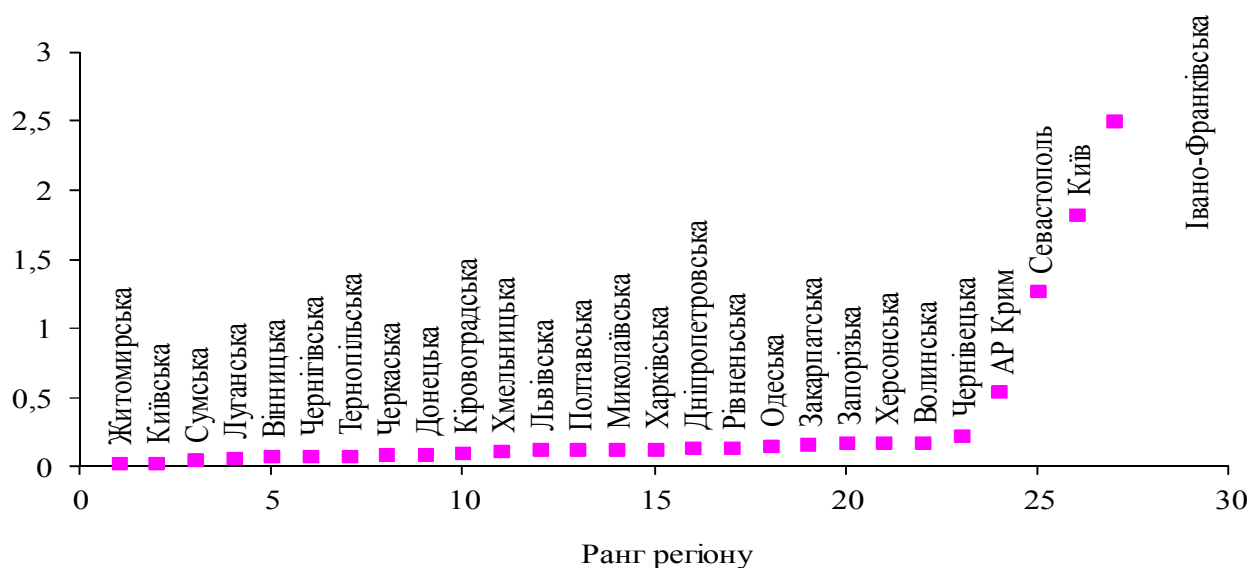


Рис. 1. Ранжирування регіонів України за величиною показнику туристського навантаження.

Другий тип характеризується меншою за середній рівень часткою готельного сектора, тобто в регіонах, що його утворюють, істотною є частка спеціалізованих засобів розміщень, до яких відносяться санаторно-курортні заклади, будинки, пансіонати й інші організації відпочинку, туристські бази. Туристичне навантаження на населення цих регіонів нижче за середньо-український рівень. Відвідуваність регіонів іноземними туристами перебуває на середньому рівні. У цих регіонах розвиток готельного господарства доцільно скеровувати на задоволення потреб у відпочинку місцевого населення й населення сусідніх регіонів.

Регіони третього типу відрізняє висока привабливість для іноземних туристів і значне туристичне навантаження на населення. Регіони цього типу можна охарактеризувати як регіони в'їзного туризму, що активно розвивається.

Четвертий тип відрізняє найвище туристичне навантаження на населення й домінуючий розвиток спеціалізованих засобів розміщення. Частка іноземних туристів у цих регіонах перебуває на середньому рівні. Регіони цього кластера спеціалізуються переважно на внутрішньому туризмі й наданні рекреаційних послуг.

До першого типу увійшли 2 регіони, до другого – 16, до третього – 4, до четвертого – 4 регіони.

Зважаючи на економічну модель розвитку готельного комплексу країни, слід звернути увагу й на інші впливові фактори регулювання цієї сфери [4].

По-перше, задіяні пільги і преференції достатньо значні. Інвесторам, наприклад, держава виплачує усі проценти за кредитами. По-друге, більше 90% капіталу в цей бізнес надходить із приватного сектора. По-третє, масштабна програма підготовки до Євро-2012 стала для України першою знаковою спробою реорганізації та розвитку ГК як цілісної збалансованої системи готельного обслуговування, що має відповідати Європейським стандартам.

Із проблемних питань розвитку ГК звернемо увагу на не доопрацювання в цілому двох аспектів комплексного реформування галузі: створення сучасної системи інформаційного забезпечення та розширення заходів із культури обслуговування. Останнє має самостійне значення, оскільки створює умови й на більш віддалену перспективу, ніж проведення разового заходу. Це свідчить про підвищення іміджу України і зростання інтелектуального капіталу у сфері послуг. Окрім того, значна частина готельного бізнесу знаходиться в «тіні» не показуючи реальних результатів економічної діяльності, що потребує перехідних положень, гнучких механізмів реагування та гарантій.

На відміну від оцінювання базових характеристик готельного господарства України в регіональному аспекті, більш цікавими (і найбільш значущими) є структурні елементи і фактори впливу на ситуацію в підприємствах готельного сектору, а також факт його включення до загальної стратегії економічного розвитку певної території. Із цих позицій логічно сформулювати таку схему аналізу характеристик регіонального готельного комплексу:

– розміщення готельних підприємств у системі «обласний центр –

райони»;

- різновиди типів готельних закладів і підприємств;
- зростання (зменшення) потужності регіонального готельного комплексу РГК (номерний фонд, житлова площа та інше);
- коефіцієнт використання (експлуатації і задіяння) номерного фонду;
- пропорції у структурі номерного фонду (зірковість);
- динаміка змін показників діяльності готелів;
- процес укрупнення готельних підприємств;
- порівняльна характеристика показників по країнах, регіонах;
- якість готельного сервісу;
- структура гостей, в т.ч. доля іноземних туристів;
- середній час перебування в готелі;
- дохідність, рентабельність готельного бізнесу;
- частка додаткових послуг у доході;
- вплив особливостей географічного положення підприємств;
- вплив державної політики на розвиток РГК та можливості саморозвитку.

Внаслідок впливу численних факторів на ринку готельних послуг склалася ситуація, за якої співвідношення попиту і пропозиції в різних готельних закладах є неоднаковим. Сформована різниця між кон'юнктурою ринку готельних послуг різної цінової категорії є достатньо сталою, тому вона має бути об'єктом економічних досліджень, основна мета яких – раціонально розподілити в розрізі регіону зусилля і ресурси щодо подальшого розвитку готельного комплексу [3].

Основними цілями розвитку готельного комплексу в регіоні є:

- забезпечення приїжджих розміщенням, якісним відпочинком, умовами для відновлення інтелектуальних і емоційних сил;
- стимулювання стійкого соціально-економічного розвитку регіону;
- підвищення рівня ефективності використання потенціалу РГК;
- підвищення якості готельного сервісу.

Також на розвиток готельного господарства в регіоні сприятиме спеціальний режим інвестиційної діяльності, що передбачає значні податкові пільги при вкладанні інвестицій в пріоритетні галузі економіки міста, і який сприяє поліпшенню бізнес-клімату в регіоні. Причому переваги спеціального режиму інвестиційної діяльності вигідні для готельних підприємств як прямо (можливість отримання інвестицій в проекти), так і побічно – стимулювання окремих проектів, покращуючи економічний стан регіону, підвищує його значущість і веде до збільшення контактів з регіоном представників інших регіонів і країн. А це у свою чергу дозволить збільшити завантаження готельних підприємств. Збір нараховується тільки на вартість проживання в готелі або приватному будинку, нараховується на ціну без ПДВ. Дані кошти передбачається використовувати місцевими органами влади на розвиток туристичної інфраструктури. Але, проблема посилюється тим фактом, що надходження від місцевих податків (в т.ч. і від готельного збору) не залишаються у розпорядженні регіону і їх неможливо направити безпосередньо на розвиток готельного господарства регіону [5].

Висновки. Однією з причин важкої системної кризи, яку проживає протягом тривалого часу Україна, і яка поглиблюється дефіцитом коштів на фоні перевиробництва, є домінування застарілої соціокультурної традиції з притаманними їй консервативністю, споглядальністю, класовістю та непотизмом, яка прийшла у суперечність з вимогами постіндустріального розвитку країни. Саме традиційний тип соціальної поведінки, трансформований у правові та політичні норми, гальмує прогресивне реформування країни, її здатність адаптуватися до ринкових умов господарювання та інтеграції у світову спільноту.

У світлі цих фактів важливо дослідити вплив основних факторів на формування соціальної ефективності господарської діяльності, його інвестиційну поведінку та детермінування інвестиційної політики підприємств готельного господарства в умовах сьогодення.

Для визначення соціальної ефективності галузі необхідно вивчити



рівень розвитку інфраструктури галузі.

Регіональні готельно-туристичні комплекси в даному сенсі розглядаються у двох аспектах: з одного боку, як регіональні міжгалузеві комплекси у складі сфери послуг, де виникають і розвиваються економічні підносили з приводу виробництва, обміну і споживання готельно-туристичного продукту, з іншого – як складова соціальної інфраструктури регіонів і рекреаційних зон. При цьому, інфраструктура туризму і готельного господарства являє собою комплексну систему (мережу) підприємств, організацій і закладів з виробництва, просування і реалізації готельно-туристичних послуг.

Принципово новий системний методологічний підхід до розгляду сфери туризму і готельного господарства як диверсифікованого міжгалузевого комплексу в складі галузевої соціальної інфраструктури, дозволяє розробити більш ефективну систему державного регулювання.

З цією метою доцільно створювати і розвивати взаємопов'язані підприємства та установи у межах окремої області. Таким чином, зі створенням взаємопов'язаних готельних підприємств посиляться соціальна комунікація між підприємницькими структурами, державою та соціумом взагалі на фоні таких переваг [6]:

1. Підвищення продуктивності підприємств у тій місцевості, де створено групування. Ці зміни відбуваються за рахунок таких чинників:

- кращий доступ до робочої сили та постачальників;
- вільний доступ до спеціалізованої інформації;
- компліментарність (взаємодоповнюваність) послуг, які, внаслідок цього, стають привабливішими для споживачів;
- доступ до інституцій та суспільних товарів;
- посилена мотивація керівників, які хочуть досягти певного соціального рівня і отримати максимальну можливість самовираження.

2. Підвищення темпів інновацій і визначення напрямів діяльності основи для майбутнього економічного зростання. Досягнення цього ефекту

забезпечують:

- краще бачення й розуміння ринку;
- здатність впроваджувати швидкі зміни та достатня гнучкість;
- нижча ціна експерименту;
- тиск конкурентів та інших виробників групування.

3. Стимулювання створення нових підприємств. Ці процеси зумовлені такими факторами:

- помітніші ніші для нових підприємств;
- доступ до необхідної сировини, комплектуючих тощо;
- кваліфікована робоча сила;
- створення нового бізнесу є частиною позитивного ланцюга зворотного зв'язку.

Успішне здійснення регіональних туристичних проектів та програм сприятиме економічному розвитку територій, реконструкції та модернізації туристичних та курортних центрів. Інвестиційну привабливість готельного господарства доцільно посилити вдосконаленням нормативно-правової бази щодо концесій на будівництво нових об'єктів, входження у міжнародні готельні ланцюги.

Створення об'єктів туристичної інфраструктури (за концесійними договорами чи окремо) зумовлює необхідність попереднього вивчення та ґрунтовного обґрунтування вимог до них. Насамперед, мають бути детально розроблені схеми розміщення об'єктів та інженерно-технічних вимог до них з урахуванням міжнародних спеціальних стандартів і екологічних обмежень, а також пакет інвестиційних проектів, сформований на конкурсних засадах. І це особливо актуально для облаштування міжнародних транспортних коридорів і спорудження у їх мережі об'єктів туристичної інфраструктури (зокрема готельних підприємств) Тому доцільно створити сприятливе нормативно-правове поле – важливу умову щодо інвестування як для внутрішніх, так і для іноземних інвесторів.

### Список використаної літератури

1. Андронко І. Б. Організаційно–економічні аспекти розвитку готельного господарства регіону: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н. / Андронко І. Б. – Х., 2003. – 21 с.
2. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство: проблемы, перспективы, сертификация / Байлик С. И. – К.: Альтепресс; ВИРА–Р, 2001. – 207 с.
3. Карсекин В. Проблемы развития гостиничного хозяйства в Украине / В. Карсекин, Т. Ткаченко // Экономика Украины. – 1997. – № 9. – С. 41 – 46.
4. Карсекин В. Совершенствование организационно-экономического механизма государственного регулирования деятельности предприятий сферы услуг / В. Карсекин, Ю. Сипливый // Экономика Украины. – 1996. – № 8. – С. 67 – 72.
5. Портер М. Стратегія конкуренції: пер. з англ. / М. Портер. – К.: Основи, 1998. – 390 с.
6. Ткаченко Т. Методичні основи розробки системи якості послуг у готельних підприємствах / Т. Ткаченко, М. Новак // Вісник КНТЕУ. – 2004. – № 3. – С. 61 – 68.

### **ЖУРАВЛЁВА С. Н. ПРОЦЕСЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ**

*В статье рассматривается и анализируется формирование региональных кластеров, которые дадут возможность внедрить единую ценовую политику на региональном рынке и общее планирование внедрения инновационных технологий в гостиничном хозяйстве.*

**Ключевые слова:** гостиничный сектор, региональный кластер, гостиничное хозяйство, заведения размещения, региональный гостиничный комплекс, гостиничная услуга.

**ZHURAVLYOVA S. M. PROCESSES OF TRANSFORMATION OF  
HOTEL ECONOMY OF UKRAINE**

*In the article examined and analyses forming of regional clusters that will give possibility to inculcate a single price policy at the regional market and common planning of introduction of innovative technologies in a hotel economy.*

**Keywords: hotel sector, regional cluster, hotel economy, establishments of placing, regional hotel complex, hotel favor.**