

4. Alexa – The Web Information Company. Електронний ресурс – <http://www.alexa.com/siteinfo/turistua.com>.

5. Зима А.Г., Куделко В.Э., Подгайная В.А. Значение брендинга в увеличении конкурентоспособности туристического направления. Географія та туризм: Наук. зб./Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альтпрес, 2012. – Вип. 20. – с. 44-50.

УДК 332.146.2

Воронін І.М.

АНАЛІЗ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

В статті дано аналіз готельного сегменту ринку нерухомості України. Визначені його проблеми та основні напрями подальшого розвитку.

Ключові слова: готельне господарство, ринок нерухомості.

В статье дан анализ гостиничного сегмента рынка недвижимости Украины. Определены его проблемы и основные направления дальнейшего развития.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, рынок недвижимости.

In this article is analyzes the hotel's segment of the property market in Ukraine. Identified the problems and the main directions of further development.

Key words: hotel industry, the property market.

Актуальність. Ринок готельної нерухомості в Україні почав формуватися ще на початку 2000-х рр. Проте фінансова криза 2008-2009 рр. привела до «заморожування» цілого ряду проектів. На сьогоднішній день ситуація змінюється на краще. Безумовним поштовхом до нового сплеску на даному сегменті ринку стало підготовка нашої країни до EURO-2012. Така масштабна подія виступила певним каталізатором його розвитку: з одного боку це викликало комплексний розвиток інфраструктури – дороги, вокзали, аеропорти, з іншого – дало поштовх до появи на ринку готельної нерухомості об'єктів зовсім іншого – світового – рівня якості. Сьогодні готельний ринок України є одним з найдинамічніших та перспективних ринків у Східній Європі. Однак, не слід забувати, що готельна нерухомість – це, як правило, довгострокові проекти, тому заходи подібні EURO-2012, які відбуваються раз на 3-4 роки, не можуть істотно вплинути на привабливість готельного бізнесу для інвесторів, як іноземних, так і вітчизняних, або динаміку розвитку даного ринку в цілому.

Ціллю даної роботи є аналіз готельного сегменту ринку нерухомості України та визначення його проблем та основних напрямів подальшого розвитку.

Серед *позитивних тенденцій* розвитку ринку готельної нерухомості України можна відзначити новий підхід інвесторів до реалізації готельних проектів. Тривалий час до будівництва готелів ставилися в більшій мірі як до іміджевих, ніж до бізнес-проектів. Як правило, в готельні проекти інвестували капітал, зароблений в інших більш дохідних галузях. Тому

іноді замовники реалізовували проекти готелів лише тому, що це було престижно, і мало хто замислювався над тим, чи буде успішним цей проект. На сьогодні ситуація змінюється. До готельного бізнесу сьогодні вже ставляться як до серйозного виду бізнесу, який може давати чималий прибуток. В цьому відношенні готельна нерухомість як вид бізнесу зараз практично нічим не відрізняється від торгівельної або офісної, а в деяких питаннях він може бути набагато більш прибутковим і цікавим для інвестора. Прикладом може служити розвиток російського ринку готельної нерухомості, який в березні 2012 р. на 14-му Міжнародному інвестиційному готельному форумі (The International Hotel Investment Forum, IHIF) в м. Берлін був визнаний найбільш цікавим для інвестування у Східній Європі. За результати 2011 р. оборот готельного ринку в РФ склав більше US \$ 1 млрд., а в цьому році він, за прогнозами, може досягти вже US \$ 2,5 млрд. [5].

Крім того, за останні кілька років на український готельний ринок увійшло декілька міжнародних готельних операторів. Масової появи на вітчизняному ринку «китів» світового готельного бізнесу перешкоджають складності в роботі міжнародних операторів з місцевими девелоперами (від англ. develop – розвивати; найманий менеджер для компанії-інвестора). Ефективність такої співпраці залежить багато в чому від загальної економічної ситуації, інвестиційної привабливості країни в цілому, рівня розвитку бізнесу і традицій його ведення. З цієї точки зору Україна опустилася на три позиції (з 149 місця на 152, за даними на жовтень 2011 р.) в рейтингу Doing Business-2012, що підготовлений Міжнародною фінансовою корпорацією Світового банку (International Finance Corporation of the World Bank). Якщо побудувати готель вітчизняним бізнесменам ще під силу, то створити мережевий впізнаваний бренд з європейським рівнем сервісу в середньостроковій перспективі практично неможливо. Основна причина полягає в тому, що вітчизняні будівельні норми, санітарні та протипожежні вимоги, що існують, давно вже застаріли і багато в чому не відповідають сучасним вимогам і західним стандартам. Крім того, відсутні чіткі критерії градації «зірковості» готелів. Готель може на своєму фасаді розмістити 4*-5*, але по суті відповідає 2* за європейськими стандартами [1].

Однак, слід зазначити, що розвиток ринку готельної нерухомості в Україні все ж отримало державну підтримку. Зокрема, в липні 2011 р. Верховна Рада прийняла Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку та підготовки готельної інфраструктури до проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу» [2]. Даний документ передбачає тимчасове звільнення від сплати податку на прибуток готелів категорії 3*, 4* та 5*, якщо вони будуть введені в експлуатацію до вересня 2012 р.

Крім того, 29.07.2011 р. був підписаний Закон України «Про внесення змін до статті 19 Закону України «Про туризм»» [3], Який передбачає обов'язковість категоризації готелів в країні і передбачає

введення європейського сервісного стандарту HOTREC (Hotels, Restaurants & Cafe – Конфедерація національних асоціацій готелів і ресторанів ЄС), що включає 270 пунктів вимог до готелів, частина з яких є обов'язковою, а частина носить рекомендаційний характер. Виконання норм вищезазначеного Закону, безсумнівно, поліпшить рівень сервісу у деяких українських готелях (які претендують на рівень 3*-5*), правда, для цього потрібні час і кошти на впровадження всіх стандартів. Втім, чітке виконання стандартів міжнародних операторів також гарантує високу якість сервісу для постояльців готелів.

На початок 2012 р. в різних регіонах України була відкрита низка готелів, що претендують на європейський рівень сервісу. Так, в 2012 р. в м. Києві вже були введені до експлуатації 4 готелі: Ibis Kyiv (3*, 212 номерів) під управлінням міжнародного готельного оператора Ассог Group; «Космополіть» (4*, 160 номерів) у складі торговельно-розважального комплексу «Більшовик»; Alfavito (колиш. «Автограф») (3*, 275 номерів) і Fairmont Grand Hotel Kyiv (5*, 258 номерів). Тепер у столиці 5 п'ятизіркових готелів: «Прем'єр Палас» (колиш. «Україна», 289 номерів), Hyatt Regency Kyiv (234 номери), InterContinental Kiev (272 номери), «Опера» (136 номерів) і Fairmont (258 номерів).

За даними консалтингової компанії в сфері комерційної та житлової нерухомості Knight Frank (США / Великобританія), за період 2011-2012 рр. в м. Києві велось будівництво 12 готельних об'єктів та реконструкція двох існуючих готелів «Братислава» і «Спорт», які після її закінчення повинні відповідати рівню 4* зірок [5].

На регіональних ринках України нова пропозиція на початок 2012 р. склало більше 15 об'єктів. Найбільш значущими подіями 2012 р. в регіонах є відкриття першого міжнародного готелю Four Points by Sheraton Zaporozhye (5*, 164 номери) в м. Запоріжжя під управлінням міжнародного готельного оператора Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. та відкриття першого п'ятизіркового готелю у м. Харків – «Харків Палас» (5*, 180 номерів), що знаходиться під управлінням національного готельного оператора Premier International (входить до мережи Premier Hotels). Крім цього були відкриті готелі, що знаходяться під управлінням національних операторів – 5 готелів під брендом Reikartz Hotels & Resorts (м.м. Львів, Почаїв, Дніпропетровськ, Кіровоград, Севастополь) і один – під брендом Royal Hotels & SPA Resorts (Royal Grand Hotel) в м. Трускавець, що входить до складу санаторно-курортного комплексу «Женева» [5].

Як правило, готелі вищої категорії (de luxe; 5*) затребувані в столиці і великих містах країни (м.м. Харків, Донецьк, Дніпропетровськ). Так, у м. Київ уже можна спостерігати початок конкуренції між п'ятизірковими готелями, завдяки чому відбувається зниження цін на вартість номеру. У регіонах же споживачі віддають переваги готелям середнього рівня (А, В, С; 4*, 3*, 2*), що визначається більш низькою платоспроможністю відвідувачів. За даними британської аудиторської компанії Ernst & Young (E&Y), українські національні готельні оператори Reikartz Hotel

Management (управляє 20-ма готелями рівня 2*, 3* й 4*) та Premier International (управляє 12-ма готелями рівня 4* і 5*) планують розвивати саме напрям бюджетних готелів – категорії 2* (С). Так, в 2012 р. Premier International має намір розвивати готелі категорії 2* (С) під брендом «Компас Готель». Розвиток нових бюджетних готелів передбачається здійснювати переважно за франшизою. Оператор Reikartz Hotel Management для управління двозіркових готелі також планує створити новий бренд «Раціотель». Так, найближчим часом очікується відкриття двозіркових готелів «Раціотель» у м. Київ, Маріуполь, Житомир. До кінця 2012 р. планується відкрити мінімум 20 готелів під брендом «Раціотель» у всіх обласних центрах країни [5].

В Україні вартість одного ліжка-місця в готелі класу есопому не повинна перевищувати 150 грн., максимум 200 грн. У цю вартість, як правило, входить мінімальний набір послуг: можливість харчування («шведський стіл»), прання і прибирання номеру. Звичайно ж, немає SPA-салонів, тренажерного залу та ресторанів. Для порівняння, приблизна вартість одномісного номеру в європейському бюджетному готелі – € 35-50 за номер. Проте вартість номерів дуже сильно залежить від популярності і відвідуваності регіону, в якому розташований готель. Наприклад, в Іспанії вартість двомісного номеру в 1*-2* готелі € 70 та вище. В Італії номери ще дорожче. Досить дорогі готелі в Лондоні, де туристичний потік завжди численний. Тут двомісний номер в готелі класу «bed & breakfast» обійдеться приблизно в £ 60-80. Обстановка номеру залежить від готелю. У номерах 2* готелів можуть бути душ і туалет, але може бути і загальна ванна кімната на кілька номерів. У номері, як правило, є телевізор, телефон, ліжко, шафа, тумбочки. Також можуть бути присутні прасувальні приналежності та чайник, безкоштовний WiFi. За прогнозами експертів, поява бюджетних готелів в Україні в цілому позитивно вплине на розвиток туристичного ринку з тієї причини, що якщо буде можливість зупинитися в недорогих номерах, то і туристів буде приїжджати більше [4].

В останні роки в Україні активно почав розвиватися сектор *хостелів* (від англ. hostel – гуртожиток) – молодіжні готелі, що забезпечують проживання за доступними цінами і особливий спосіб життя постояльців. Як правило, це міні-готелі з різною місткістю – від 8-10 до 90-100 місць. У 2003 р. була створена Всеукраїнська молодіжна асоціація хостелів України (Хостел-Асоціація), яку на сьогоднішній день можна вважати найбільшою бюджетною готельною мережею нашої країни. Ситуацію, що склалася можна пояснити тим, що сьогодні існує багато вторинної нерухомості (будинки, квартири, промислові приміщення, колишні гуртожитки), яку не вигідно орендувати або купувати. Виграшним рішенням для власників таких площ є створення хостелів. Станом на середину 2012 р. в Україні працювало 92 офіційних хостела, що входять до Хостел-Асоціації, з них понад 40 – у м. Київ та близько 40 – у м. Львів. За рівнем обслуговування українські хостели не поступаються європейським. Вони відповідають

міжнародним стандартам за 5-ма основними критеріями оцінки якості, що запропоновані міжнародними системами бронювання готелів: розташування; підготовка обслуговуючого персоналу; чистота; безпека і особлива фан-атмосфера (від англ. fun – весело, прикольно). Сучасні українські хостели, поєднуючи в собі доступну вартість проживання та високу якість обслуговування, складають серйозну конкуренцію 2*-3* готелям радянського зразка.

Висновки. Таким чином, говорячи про перспективи розвитку ринку готельної нерухомості, можна з упевненістю сказати, що особливою увагою, як і раніше буде користуватися сегмент готелів вищих категорій. Але в наступні кілька років цей сегмент буде практично сформований. Це стосується, перш за все, столиці та міст-мільйонерів (м. Харків, Дніпропетровськ, Запоріжжя, Донецьк, Одеса, Львів). Що стосується готелів середніх категорій (2*-3*), то тут відкриваються найширші та цікаві перспективи. Відкриття згаданого готелю Ibis Kyiv – першого готелю категорії есопому у м. Київ під управлінням міжнародного оператора, поклато початок формуванню нової якісної пропозиції в цьому сегменті. Територіально розвиток готельного бізнесу перспективно в будь-якому регіоні нашої країни, оскільки готельний фонд на периферії давно застарів і потребує серйозного оновлення. Тим більше що в Україні є успішні приклади розвитку регіональних готелів. Наприклад – курорт Буковель - який показав, що при хороших інвестиціях і грамотної реалізації проектів можна організувати великий приплив туристів. Рівень заповнюваності готелів в Буковелі в зимовий сезон, незважаючи на високу конкуренцію, досягає до 100%.

Ключовими факторами, що формують попит на готельні послуги в Україні, як і раніше, залишаються: щорічне зростання потоку іноземних туристів і розвиток ділової активності всередині країни. У розвиток останнього фактору можна виділити низку проблем, що накопичилися: непрості умови кредитування для будівництва та реконструкції старого номерного фонду, бюрократичні зволікання в оформленні дозвільної документації, застарілі будівельні норми і вимоги, відсутність на сьогоднішній день юридичного механізму категоризації готелів, дефіцит кваліфікованого лінійного персоналу.

Крім того, виходячи з європейської статистики, що визначає співвідношення номерного фонду на 1 тис. мешканців, бачимо цифри не на користь Україні: у Польщі – 6-8; у Франції – 13-14, в Україні – 1,6-3,2. Така ж тенденція і по містах: в Берліні – 16,8; у Відні – 10,1; в Лісабоні – 9,9; у Варшаві – 7,5; в Києві – 3,2. З іншого ж боку, за оцінкою фахівців потенціал готельного ринку України величезний і його ємність може становити мінімум US \$ 20 млрд. у вартості всього номерного фонду за рік [5]. Одним з варіантів вирішення проблем готельної нерухомості повинна стати державна цільова програма розвитку готелів на найближчі 5-10 років.

Використані джерела:

1. Григоренко Ю. Украинским гостиницам нужен западный сервис / Ю. Григоренко // Академия гостеприимства. – №2 (8), 2012. – С. 12-18.
2. Закон України від 08.07.2010 р. №2468-VI «Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку та підготовки готельної інфраструктури до проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу» : за станом на 01.04.2011 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2468-17>.
3. Закон України від 8.07.2011 р. №3679-VI «Про внесення змін до статті 19 Закону України “Про туризм”» : за станом на 08.07.2011 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3679-17>.
4. Пестерева А. Бюджетные отели в мире становятся более востребованными, чем отели премиум-сегмента / А. Пестерева // Турбизнес. – №1-2 (43-44), 2011. – С. 64-66.
5. Суглак М. Рынок гостиничной недвижимости в Украине : динамика развития / М. Суглак // Академия гостеприимства. – №3 (9), 2012. – С. 12-20.

УДК 911.375.5 (477.63)

Шульга В.П.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ У КОНТЕКСТІ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Розглядаються сучасні підходи до стратегічного управління розвитком екотуризму в національних парках. Пропонується концепція управління екотуризмом на території Сумської області.

Ключові слова: екотуризм, стратегічне управління, раціональне природокористування.

Рассматриваются современные подходы к стратегическому управлению развитием экотуризма в национальных парках. Предлагается концепция управления экотуризмом на территории Сумской области.

Ключевые слова: экотуризм, стратегическое управление, рациональное природопользование.

The new approaches to strategic management of ecotourism development in national parks are considered. A concept of ecotourism management in the Sumy region is provided.

Key words: ecotourism, strategic management, rational nature using.

Постановка проблеми. Управління розвитком екологічного туризму у взаємозв'язку з оптимізацією рекреаційного природокористування передбачає насамперед пошук непростих компромісів між охороною природи і використанням природних ресурсів. Відповідно, побудова системи менеджменту екологічного туризму повинна відбуватись з урахуванням базових принципів раціонального природокористування.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання раціонального рекреаційного природокористування піднімались у наукових доробках М. Падуна, О. Воробйової, М. Рутинського, Н. Мироненка, І. Твердохлебова, І. Яковенка, тоді як проблемам управління екологічним туризмом з позицій основних функцій менеджменту присвячені роботи Я. Олійника, О. Любіцевої, О. Дмитрука, В. Кекушева, О. Кузьменка, Ю. Мазурова. При цьому, американська, європейська й австралійська наукові школи пропонують власні моделі управління екологічним туризмом в межах