

УДК 338.46: 640.4

Басова В.С.
студентка гр. МТЕз-412м
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна
наук. кер. – к.е.н., доцент Корнієнко О.М.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Готельна індустрія є невід’ємною складовою розвитку туризму. Функціонування готельного бізнесу та його успішність залежать від багатьох факторів, включаючи економічну та політичну ситуацію в країні. У воєнний час ці фактори стають ще більш важливими, оскільки військовий конфлікт може мати значний вплив на сферу гостинності.

За останні декілька років готельний бізнес багато пережив: локдауни, війну

та блекаути. Безумовно, все це вплинуло на сервіс, побудову комунікації з гостями та операційні процедури. Тим часом змінювалися й цінності клієнтів.

Основними завданнями у сфері готельного бізнесу, згідно міжнародних стандартів, повинно стати створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів розвитку, оновлення власної політики з урахуванням специфіки ринку готельних послуг [1].

Однією з особливостей готельної діяльності є її нематеріальний характер. Тобто готельні підприємства надають туристам не готовий продукт, а особливий вид послуг. Це означає, що основою виробництва та реалізації послуг є використання матеріально-технічної бази (експлуатація інвентарю, устаткування, будівель та споруд), при цьому надання послуг не може відбуватися окремо від вже наявного матеріального продукту. Зокрема, західні дослідники зазначають, що готельна індустрія є прибутковим бізнесом, який має унікальні можливості з високою капіталомісткістю, великим ризиком та жорстким конкурентним середовищем [2].

Щороку, у відповідь на зовнішні чинники, на ринку гостинності з'являються нові тенденції. І останній рік не став виключенням, привносячи трансформації в готельний сервіс. Зокрема, нині актуальним є внутрішній туризм з оновленими послугами та унікальним досвідом для мандрівників. Нижче докладніше розглянемо головні тренди туристичної сфери, які будуть актуальними цього року.

Тренд – відпочинок + робота. Це дуже стійкий тренд, про який говорять ще з 2019 року, коли значущість офісів зменшувалась, а популярність віддаленої роботи стрімко підвищувалась. Велика кількість компаній з того часу практикує гібридний формат роботи, дозволяючи своїм співробітникам працювати частково віддалено. Наразі готелі використовуються в тому числі як імпровізовані офіси для мандрівників, які відпочивають, а також для місцевих жителів, які прагнуть змінити робоче середовище, оскільки працювати з дому не завжди зручно.

Тренд – подорожі в межах свого міста/регіону. З огляду на те, що не у всіх

людей є можливість виїхати за кордон, знову актуальними стали подорожі в межах свого міста чи регіону. Наприклад, сімейні пари влаштовують собі мінівідпустку на один день в межах свого ж міста в одному з готелів. Це також пов'язано з небезпекою та неможливістю надовго залишити родину. Створення спеціальних турів або пропозицій для місцевих жителів є додатковою можливістю для готелів збільшити завантаження. Крім цього, треба популяризувати додаткові послуги в об'єктах для місцевих жителів — сніданки, SPA, Zoom-кімнати, дитячі простори тощо.

Тренд – персоналізація. ренд на персоналізацію посилюється з кожним роком, адже процес обслуговування стає значно якіснішим, якщо персоналу відома додаткова інформація про вподобання гостя.

Тренд – економіка вражень та есенціалізм. Окрім персоналізації, гості прагнуть унікального досвіду. Мінімалізм знову активізував дещо запилену приказку «менше — краще». Люди все менше шукають пишних демонстрацій багатства, а замість цього бажають витратити кошти розумно. Водночас їм потрібні унікальні враження, особливі та цікаві локації, активний відпочинок. Нині гості все більше цікавляться новим досвідом, пов'язаним з мистецтвом, традиціями та історією України.

Крім цього, такий тренд впливає на дизайн готелю, послуги, які він надає, і навіть на меню, яке пропонують у ресторані. Наразі важливо, щоб готельєри могли створити особливий досвід для гостя: познайомити його з місцевими пам'ятками та запропонувати цікаві враження.

Наразі, у готельному бізнесі існує багато різних тенденцій, які зумовлені низкою факторів, зокрема: нові технології, зміни способу життя тощо. Саме, технології дозволяють вдосконалити та оптимізувати готельні послуги (голосове управління та голосовий пошук допомагають оптимізувати взаємодію з клієнтами; штучний інтелект – допомагає покращити персоналізацію та якість підтримки клієнтів тощо) [3].

Отже, готельний бізнес є головним чинником та основною складовою туристичної інфраструктури. Незважаючи на військовий стан, зацікавленість в

готельному бізнесі в Україні продовжує зростати. Готельний бізнес динамічно розвивається та є достатньо перспективним для інвестування. Позитивні зміни та чітка динаміка розвитку готельного бізнесу в Україні можливі за умови розробки науково обґрунтованих рекомендацій покращення діяльності готельних підприємств та якості надання готельних послуг.

Література:

1. Ткаченко А.М., Лелі Ю.Г. Проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в умовах сьогодення. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 12-1. С. 185-188.
2. Bouncken R., Fredrich V., Pesch R. Configurational answer to the ongoing riddle of formal and/or emergent planning practices. *J. Bus. Res.* 2016; 69 (9): 3609–3615.
3. Готельна індустрія: тренди якісного сервісу у 2023 році. *Бізнес*. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/antikrizovi-risenna/gotelna-industria-trendi-akisnogo-servisu-u-2023-roci> (дата звернення: 10.10.2023 р.).