

УДК 338.382.2

Дуплій Д.А.¹, Журавльова С.М.²

¹ студ. гр. ГФ-113м, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. екон. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

РОЗВИТОК МАЛИХ ГОТЕЛІВ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ

Поширення відомих готельних ланцюгів через їх стандартизованість обслуговування та схожість не завжди задовольняє вимогу клієнтів. Тому це призводить до розвитку малих готелів, що роблять акцент на унікальність та неповторність. Саме унікальність малих готелів виступає в якості інструменту ринкової політики в сучасних умовах [1].

На відміну від великих готелів, малі готелі стали найбільш поширеними

за кордоном з низки причин:

1. Наявність можливості зміни цінової політики. Малі готелі виявляються більш пристосованими до змін ринку, оскільки вони менш залежні від впливу держави і мають можливість розвитку бізнесу за найбільш сприятливим для малого підприємця сценарієм.

2. Збільшення числа ділових туристів. У зв'язку з даним зростом простежуються наступні тенденції розвитку малого готельного бізнесу за кордоном:

– ділові туристи високо цінують зручне розташування малих готелів. Зазвичай такі готелі розташовані в центральній частині міста;

– компанії, що відправляють співробітників у відрядження, намагаються економити на відрядних витратах співробітників.

Увесь світ зазнав нищівних збитків в галузі готельної індустрії. Після відкриття європейських кордонів ситуація почала виправлятися, але дуже повільно.

Розвитку малих готелів віддають перевагу такі відомі бренди у сфері гостинності, як Mittendrin, Garni-Hotel An der Weide, Etap Berlin Potsdamer Platz, Pension Funk, Luna Hotel й інші. Такі малі готелі легше адаптуються до кожного клієнта, створюють атмосферу «дома далеко від дому», що привнесло в побут гостей регіонального колориту. Крім того, малі готелі як правило, застосовують гнучкішу систему знижок й обходяться клієнтові дешевше, ніж великі готелі аналогічного класу [2].

Все це дозволяє цим формам готельного бізнесу зайняти міцне положення на ринку різних країн, у тому числі і в Україні. Як показує практика, основними клієнтами малих готелів є бізнесмени, туристи, перебування яких у регіоні не вимагає обстановки престижних і крупних готелів. Саме тому, найбільш перспективним розвитком малих форм організації готельного бізнесу в Україні слід вважати їх розповсюдження на сегменті засобів розміщення економ – і середнього класу.

Очевидно, що для забезпечення необхідного рівня

конкурентоспроможності необхідно використовувати новітні інформаційні технології шляхом впровадження нових видів основних і додаткових послуг, а також розширення використання нових каналів Інтернет-комунікації для просування малі готельні підприємства. Менеджери готельного господарства почали інтенсивно освоювати науку управління готельним бізнесом. У результаті індустрія гостинності стала високодохідною.

Також ефективний розвиток малого бізнесу неможливий без врахування потреб гостей, які постійно змінюються. Задовольнити їх побажання можливо лише шляхом впровадження сучасних автоматизованих Інтернет-систем, які сприятимуть ефективному та конкурентоспроможному веденню бізнесу в індустрії гостинності.

Готельний бізнес, останнім часом, динамічно розвивається. Його основною метою, як і будь-якого бізнесу є саме прибуток, який безпосередньо залежить від кількості та якості послуг, що надаються готелями. Кожне підприємство гостинної індустрії прагне збільшити обсяги своїх послуг та зустрічається з бар'єром – наявністю жорсткої конкуренції [3].

Значна кількість різноманітних факторів здійснює вплив на конкурентоспроможність готелю: його географічне місце розташування, розмір та різноманіття номерного фонду, «зірковість», інфраструктура, інноваційні технології, що застосовуються в готелі, матеріально-технічне оснащення, унікальність готельних послуг, кваліфікаційність персоналу, наявність визначних місць, пам'яток культури поруч із готелем тощо. Однак, не лише ці фактори є суттєвими для сучасних туристів.

В Україні необхідно розвивати мале та середнє підприємництво, оскільки це підвищить рівень економічного розвитку в усіх регіонах та забезпечить економічне зростання країни. в цілому. Це підтверджують приклади розвинених країн, де малий бізнес є провідною економічною силою.

Список використаних джерел:

1. Крамаренко Д. П., Гопко Д. В. Сучасний досвід розвитку малих готелів.
https://tourlib.net/statti_ukr/kramarenko3.htm
2. Малі готелі: організація роботи та обслуговування. за ред. Барна Н. В.
Київ : Україна, 2012. 336 с.
3. Поворознюк І. М., Чирва О. Г., Малярчук Н. М. Проблеми розвитку
малого готельного бізнесу в Україні. 2021. *Економічні горизонти*. № 12. С.
43–49.