

# СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

**Мельник А.О., д.е.н., професор**

**Будякова О.Ю., к.е.н.**

*Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ*

Індустрія гостинності важлива сфера туризму, оскільки туристи є споживачами, які мають можливість задовольняти величезні потреби завдяки їй. Індустрія гостинності – це одна зі складних та комплексних сфер, в якій задовольняються потреби різних споживачів, вона об'єднує багато сфер людської діяльності: відпочинок, харчування (готельний та ресторанний бізнес), розваги та екскурсії – туризм, семінари та виставки. Гостинність стала невід'ємною частиною туризму, яку вимагають всі споживачі туристичних послуг. Гостинність – це не тільки якість обслуговування, а й високий рівень підготовки та розвитку особистості самого працівника. Ця підготовка і надає працівникам потрібні навички, за допомогою яких вони зможуть створити потрібні умови, при яких клієнт буде мати змогу відчутися всю гостинність закладу. З одного боку гостинність – це специфічний спосіб сприйняття, розуміння і відбиття власного внутрішнього світу, втілення індивідуального способу мислення в певній моделі поведінки, обумовленій звичаями, моральними традиціями, суспільними установками [Гостинність та історія її розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/гостеприимство>]. З іншого боку, якщо порівнювати значення гостинності в різних туристичних послугах, то при формуванні готельних послуг вона буде значно важливішою, ніж, для прикладу, при формуванні екскурсій. Тому можна зробити висновки, що готельні підприємства в індустрії гостинності виконують основні функції через те, що вони спочатку формують, а потім пропонують повний набір готельних послуг, у формуванні і просуванні якого бере участь більшість секторів індустрії гостинності.

Якщо говорити про гостинність у готельному закладі, то вона тут буде мати свою певну специфіку, прив'язану до тих послуг, які надає готельний комплекс.

Для створення успішного готельного бізнесу в сфері гостинності необхідно знати всі актуальні вимоги ринку. Розглянемо останні тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні. Розвиток готельного бізнесу в Україні припав на кінець дев'яностих. Активний розвиток тривав до кризи 2008 року. Сьогодні відчувається початок нової кризи в туристичному бізнесі, зокрема, в сфері гостинності. Кризи – один з важливих чинників розвитку цього сегменту бізнесу в Україні. На сьогоднішній день у зв'язку зі складною економічною ситуацією, склалося 5 основних тенденцій готельного бізнесу в Україні:

1. Розвиток внутрішнього туризму. Заборона на туристичний в'їзд в ряд країн, зростання курсу долара та акупація Криму – основні причини для розвитку внутрішнього туризму. В першу чергу серед українців популярності набирають курорти Трускавця, Миргорода, Західної України. Завдяки

державній підтримці та ініціативи ряду великих міст розробляються нові туристичні маршрути усередині країни. Відповідно зростає й попит на проживання та відпочинок. Уважне вивчення найбільш популярних маршрутів внутрішнього туризму дозволить знайти вигідне місце для створення готельного бізнесу в сфері гостинності.

2. Створення мереж та готовий бізнес. Як показує практика, найбільш стійкі готелі, об'єднані в мережу або ті, що працюють за франшизою. Тому сучасні підприємці все частіше вважають за краще вступати в діючу мережу. Централізована реклама та підтримка головного офісу дозволяє зменшити витрати та вчасно отримати необхідну консультацію. Для зменшення ризику в складний час підприємці найчастіше вирішують не відкривати нові об'єкти, а скористатися пропозиціями продажу готелів як готового бізнесу. Це відбувається за рахунок того, що всі процеси налагоджені та продумані, розроблена дієва система управління.

3. Демократизація пропозиції. Якщо до кризи 2008 року українські бізнесмени в сфері гостинності робили ставку на готелі класу люкс, то тепер ситуація сильно змінилася. Кількість туристів, що віддають перевагу недорогим засобам розміщення, зростає. Причому не тільки серед вітчизняних туристів. Ця тенденція поширюється й на іноземних мандрівників. Тому стрімко набирають популярність хостели та міні-готелі. Їх відрізняють демократичні ціни при збереженні високої якості сервісу. Якщо в разі хостелу сервіс вельми нехитрий, то міні-готель передбачає високий рівень обслуговування. До того ж організація таких невеликих форматів готельного бізнесу виходить значно дешевше, ніж створення великого готелю й терміни їх окупності в разі менше. Великі готелі, щоб не втрачати клієнтів, змушені знижувати ціни.

4. Тенденція, спрямована на бізнес: організація ділових зустрічей та проведення форумів, конференцій. Готелі, які мають окремі зали для проведення подібних мікрозаходів, активно займаються організацією бізнес-форумів та зустрічей, здають площі під проведення семінарів та тренінгів. Найчастіше учасники заходу живуть тут же. Якщо у готелі в розпорядженні є свій ресторан, тоді можлива організація банкетів.

5. Маркетингова: реклама в інтернеті. На сьогоднішній момент найефективніша реклама готельного бізнесу розміщена в Інтернеті. Практично всі невеликі готелі, готелі та хостели створюють сайти з системами бронювання, укладають співпрацю з найбільшими ресурсами, які дозволяють електронне бронювання та розміщують оголошення на тематичних ресурсах та форумах.

Також зрозуміло, що досягнути високо рівня конкурентоспроможності не можливо без формування і постійного удосконалення індустрії гостинності, яка формується дуже довго, але зараз вона є невід'ємною частиною подорожей і також одним із показників високого сервісу. Гостинність формується під впливом людських факторів, тому при управлінні готельним бізнесом необхідно враховувати: психологічні аспекти, щирість, ввічливість, доброзичливість персоналу.