

УДК 330:330.3:330.341.424:392.72

Лупич О.О.

## ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

*У дослідженні систематизовано перелік ключових факторів, які впливають на функціонування готельної індустрії в сучасних умовах, виокремлено чинники, що визначають локальний розвиток готельної сфери, а також чинники, що побічно впливають на розмір і структуру попиту на готельні послуги.*

*За результатами досліджень розкрито суть, зміст та особливості спеціалізації готельних закладів. Розроблено рекомендації щодо успішного використання номерного фонду вітчизняного готельного ринку. Виділено сім категорій (типів) готельних місцевостей в Україні, де вже функціонує готельне господарство, та тих, де видається перспективним його подальший розвиток. Виокремлено найважливіші напрями розвитку готельної справи, які матимуть у перспективі вплив на розвиток вітчизняного готельного ринку.*

**Ключові слова:** готель, готельна індустрія, номерний фонд, ефективність діяльності готелю, готельна послуга, попит на готельні послуги.

**Постановка проблеми.** Гостинність є одним з найбільш динамічно зростаючих секторів світової економіки. Розвиток сучасної готельної індустрії диктується багатьма чинниками, які мають як внутрішній характер, що впливає зі специфіки самої галузі, так і зовнішній, що виникає в результаті загальних змін у функціонуванні національної і світової економіки. Тому для сучасного готельного ринку характерним є формування новітніх процесів і поява тенденцій, які пов'язані як з розвитком глобальних економічних організацій, якими є транснаціональні готельні компанії, так і з національними та регіональними особливостями функціонування локальних готельних підприємств. Зважаючи на це, потребує дослідження поглиблений моніторинг сучасних тенденцій в індустрії гостинності та наукове обґрунтування результатів комплексного розгляду чинників, які найбільшою мірою впливають на рівень розвитку готельного бізнесу в Україні та окремих її регіонах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розвиток готельного господарства в Україні потребує комплексного наукового та практичного вирішення актуальних проблем підвищення ефективності та конкурентоспроможності ринку готельних послуг, що почав поступово наближатись до світових стандартів. Наукова проблема дослідження організаційно-економічних аспектів розвитку світової та вітчизняної готельної індустрії висвітлюється у працях таких вчених, як В. Азар, С. Байлик, Р. Браймер, Дж. Боуен, О. Бейдик, М.Бойко, В.Квартальнов, Ф. Котлер, А. Леснік, Л. Лук'янова, О. Любіцева, М. Мальська, Дж. Мейкенз, Г. Папірян, Дж. Уокер, В. Федорченко та інших. Потребують подальших

досліджень також теоретико-методологічні засади формування конкурентних переваг із проєкцією інтересів суб'єктів глобальної економіки, серед яких готельна індустрія посідає важливе місце.

**Формулювання цілей статті (визначення завдання).** Метою дослідження є виявити та проаналізувати основні фактори, що найбільшою мірою впливають на сучасний стан і управління підприємствами готельного бізнесу в умовах глобальної економіки, та наукове обґрунтування результатів комплексного впливу таких чинників на розвиток готельного бізнесу в Україні, зокрема в окремих її регіонах.

**Опис основного матеріалу дослідження.** Дедалі важливішу роль на готельному ринку відіграють великі корпорації, які мають транснаціональний характер, через що він все більше набуває рис глобального, а не локального. На функціонування готельної індустрії в сучасних умовах впливають такі ключові фактори:

- використання новітніх досягнень техніки та телекомунікаційних і інформаційних технологій у продажу та просуванні готельних послуг, а також у системі обслуговування клієнтів;
- зниження витрат на рекламу і продаж готельних послуг за рахунок інтенсифікації діяльності в напрямі модифікації моделі управління готельним підприємством (в основному, за рахунок збільшення масштабів використання франчайзингу та аутсорсингу);
- свобода в перетині державних кордонів, лібералізація у питаннях міжнародного руху туристів, поступове усунення бар'єрів для подорожей;
- концентрація капіталу гостинності, особливо з огляду на діяльність глобальних готельних груп;
- поступова інтернаціоналізація роботи готельних компаній;
- використання ефекту масштабності операцій і зниження експлуатаційних витрат;
- концентрація впливу на конкретному географічному ринку або ринковому сегменті,

зокрема для підтримки заходів на окремій ніші ринку.

Найважливішими чинниками, що на сучасному етапі визначають локальний розвиток готельної індустрії, є:

- соціально-політична і економічна ситуація в державі, її економічний стан, розвиток міжнародної торгівлі;
- географічне розташування, клімат, туристична привабливість країни (регіону);
- стан внутрішньої і зовнішньої безпеки;
- розвиток комунікацій, міжнародних зв'язків, кількість і стан прикордонних переходів;
- матеріальне становище суспільства, його звички і переваги в плані відпочинку і туризму;
- динаміка внутрішнього і міжнародного туризму;
- динаміка бізнес-активності, попит на готельні послуги для широкого діапазону туристичних потоків;
- економічна та фінансова політика держави, в першу чергу кредитна і податкова;
- митні правила, валютні, прикордонні, візові послуги для туристів.

Чинники, що побічно впливають на розмір і структуру попиту на готельні послуги, включають:

- підвищення втомлюваності, і, таким чином, потреби у відпочинку;
- зростання реальних доходів та фонду вільних коштів у розпорядженні споживача;
- розвиток індивідуального транспорту;
- наявність вільного часу;
- населення, його структура за віком, професією та освітою, ступінь урбанізації суспільства;
- суб'єктивні мотиви, які спонукають споживачів тимчасово змінювати місце проживання;
- ціна готельних послуг, а також додаткових продуктів і продуктів-замінників;
- соціальна політика держави щодо сприяння туристському споживанню;
- рівень економічного і культурного розвитку країни;
- сфера міжнародного обміну.

Багато змін у функціонуванні індустрії гостинності залежить від ментальності і преференцій сучасних споживачів. Зростаюча роль Інтернету та його широке використання у господарській діяльності означає, що готельна індустрія повинна орієнтуватись також на технологічні розробки в галузі продажу та модернізації каналів дистрибуції [ 1].

Щоб бути успішним у готельному бізнесі, сьогодні вже не достатньо забезпечувати лише основні послуги, які виокремлює термін «готель» у Міжнародному туристичному словнику, згідно з яким готель – це заклад, у якому подорожуючі можуть взамін за винагороду скористатись ночівлею і, зазвичай, харчуванням [2]. Ринкова конкуренція та зростаючі вимоги клієнтів зробила розвиток цього сегменту неминучим і динамічним,

а готельні заклади постійно намагаються всіляко модернізувати і урізноманітнити свої послуги.

Попри це залишається незмінною протягом століть головна мета готелів – задовольнити потреби клієнта. Як ця мета реалізовується, значною мірою залежить від категорії та стандарту об'єкта, тому найважливішим для сучасного готельного закладу є прагнення якомога ефективніше використати усі можливості у своїй готельній категорії.

Через неможливість адаптувати готельний продукт для задоволення одразу усіх потреб клієнтів готелі стали розвивати окремі напрями спеціалізації, не змінюючи при цьому категорії об'єкта. Головною ідеєю стала спеціалізація закладу, його орієнтація на одну або кілька цільових груп клієнтів – користувачів готельних послуг зі схожими вимогами, а також вирішення на ринку, з поміж багатьох інших, тих закладів, що надають специфічні види послуг. Вибір напряму спеціалізації кожного такого готелю залежить від його місцезнаходження, фінансових можливостей, а також наявності та величини попиту на унікальний чи новаторський вигляд готелю або послуг, які ним просуватимуться на ринок.

Прикладом найпопулярніших на сьогодні трендів, у яких готелі можуть планувати свій розвиток, є такі:

- Спеціалізація об'єкта на послугах типу Велнес (від. англ. Wellness або «be well» – «гарне самопочуття») – концепція здорового способу життя, що базується на поєднанні фізичного і ментального здоров'я, правильного харчування, помірних фізичних навантажень і відмови від шкідливих звичок) чи створення осередка типу Спа (метод фізіотерапії, пов'язаний з водою; іноді використовується для позначення таких понять, як водолікування, бальнеотерапія і таласотерапія). Велнес-обладнання поділяють на дві групи: призначене для активних тренувань (тонусні столи, вакуумні тренажери, іппотренажери, баланс-платформи, віброплатформи) і призначене для пасивних процедур (пресотерапія, магнітотерапія, термотерапія інфрачервоним випромінюванням, масажні ліжка). Відповідно, необхідними умовами для Спа-осередку є наявність: басейнів, водяних потоків, гідромасажних ванн, джакузі, водяних масажів, лазні і сауни, тренажерного залу, залу для аеробіки, а також широкий вибір оздоровлювальних процедур. Готельний заклад, що має такі умови, орієнтований на специфічний сегмент ринку, зокрема людей, що переймаються, насамперед, турботою про власне здоров'я та красу, мають на це достатні фінансові можливості.

- Фокусування об'єкта на активному відпочинку за рахунок зменшення комфорту у номерах з метою заохочення гостей до користування рекреаційно-розважальними послугами та пов'язаними з ними програмами готелю. Такі заклади можуть приймати як дорослих осіб, так і дітей або цілі сім'ї. Надання гостям рекреаційних розваг найчастіше здійснюється підготовленими

інструкторами та аніматорами, які при цьому повинні мати спеціальне обладнання та умови – відповідні спортивно-рекреаційні об'єкти на території готельного закладу.

- Ще однією цільовою групою клієнтів, яка потребуватиме від готельного закладу спеціального обладнання та умов перебування, є клієнти «третього віку» або найстарші гості готелю. Такий об'єкт повинен мати привабливе розташування і забезпечувати максимальний комфорт та безпеку за рахунок наявності різних допоміжних засобів для полегшення пересування і функціонування літніх осіб, а також надання фахової геріатричної програми.

- Наступним напрямом спеціалізації, який користується стабільною популярністю в сфері туризму і готельної справи, є агротуризм або активний відпочинок у сільській місцевості. Така спеціалізація ґрунтується переважно на використанні переваг навколишнього середовища, а тому об'єкт гостинності може бути створений лише в місцевості, яка відповідає певним вимогам. Для гостей, що користуються послугами агроготелів, найсуттєвішим є контакт з природою, тому їм слід забезпечити, наприклад, уроки верхової їзди, катання на кінних санах, кінні прогулянки у бричці, велоподорожі, піші екскурсії, збирання грибів та ягід, можливість піклуватись про свійських тварин, навчатись догляду за господарством чи приготуванню місцевих страв.

- Оригінальною ідеєю для готельного закладу може бути створення його у незвичному місці або в неординарному приміщенні. Пристосовані до готельних цілей літаки, кораблі, вагони потягів, замки чи інші історичні будівлі пропонують клієнтам враження від перебування, не схожі на усі інші, що є, безумовно, козирною картою таких готелів на конкурентному ринку. Прикладом готелю у дуже незвичному місці є Ice Hotel, споруджений з льоду у невеличкому селі Юккасарві (швед. Jukkasjärvi) у північній Лапландії в Швеції. Схожий льодяний готель під назвою Hotel de Glace був споруджений у Канаді. Незвичний вигляд у формі вітрила є відмінною рисою готелю Bučj Al Agab, який здійснюється над Перською Затокою на висоту понад 321 м. Окрім незвичної архітектури вирізняється він і своїм стандартом, оскільки є єдиним у світі семизірковим готелем.

Нестабільна політична і економічна ситуація в Україні змушує боротись за кожного гостя і українські готелі. Одним з головних інструментів утримання і залучення нових клієнтів є застосування індивідуального підходу. Готелі запроваджують програми лояльності, розробляють незвичні спеціальні пропозиції, проводять виставки, фестивалі, майстер-класи тощо. У непростих умовах роботи для залучення відвідувачів готелі влаштовують різноманітні акції і надають знижки, наприклад «третя ніч у подарунок», безкоштовні ранковий заїзд/ пізній виїзд/трансфер/сніданок, суттєві знижки за попереднє бронювання тощо.

Однак, попри зусилля окремих закладів, складна економічна ситуація і війна на сході держави залишаються основними результуючими факторами для готельного ринку України. І хоча у 2015 році намітилось поступове відновлення ділової активності, середній показник заповненості готелів залишається низьким.

Негативний вплив на готельний бізнес має і той факт, що в глобальних системах бронювання Україна зазначена як країна, відвідування якої не рекомендується з точки зору безпеки; аналогічна інформація міститься і на сайтах посольств деяких країн. Зазначимо, що протягом 2014 – 2015 років кількість іноземних туристів в Україні скоротилася удвічі, сягнувши у 2015 році 13 млн осіб, що пов'язано, перш за все, з напруженою політичною ситуацією в країні і невпевненістю іноземців у безпеці перебування в Україні [3].

Загалом питання насичення номерного фонду вітчизняного готельного ринку можна розглядати у двох площинах. Зокрема, якщо брати до уваги поточну економічну і політичну ситуацію, то номерів в Україні не лише достатньо, але й існує їх надлишок; якщо ж брати за базу порівняння європейські країни, то, безумовно, номерів є занадто мало.

Ситуацію з використанням існуючого номерного фонду може дещо виправити тенденція зростання внутрішнього туризму, орієнтованого на якісні сучасні пропозиції в сегменті «нижчий середнього», яка може бути досягнута за рахунок слабкості національної валюти, що перешкоджає виїзду українських туристів за кордон.

В існуючих кризових умовах близькою до нуля є інвестиційна привабливість готельного сегменту ринку. Якщо сьогодні оцінювати продажну вартість готелю з врахуванням того рівня операційного доходу, який він генерував у 2014 чи у 2015 роках, то показник ринкової ціни часто виявляється нижчим, ніж собівартість його будівництва. А з врахуванням вартості банківського кредиту будівництво готельного проекту є економічно недоцільним. На думку експертів, найбільш доцільним є розвиток готелів середньої цінової категорії міжнародних готельних операторів, які зможуть надавати хороший рівень послуг за прийнятну ціну [3].

В Україні можна виділити сім категорій (типів) готельних місцевостей, де вже функціонує готельне господарство, та тих, де видається перспективним їх подальший розвиток, а саме:

- великі міста (міста та міські агломерації з населенням понад 500 тис. осіб);
- регіональні центри (міста, які є адміністративними центрами регіонів);
- місцевості з великою туристичною активністю;
- інші міста, які не є центрами агломерацій чи регіональними центрами, однак займають значну або домінуючу роль у промисловому секторі);
- місцевості, розташовані на маршрутах великих транспортних перевезень;

- місцевості, в яких знаходиться значна кількість історичних та архітектурних об'єктів (Кам'янець-Подільський, Жовква, Умань, Батурин);
- інші місцевості, що не відносяться до перелічених категорій.

З огляду на сучасні реалії, серед найважливіших напрямів розвитку готельної справи, які матимуть у перспективі вплив на розвиток вітчизняного готельного ринку, нами було виокремлено:

- будівництво нових зіркових та дешевих готелів, орієнтованих на обслуговування масового туристичного руху (у відпочинкових і курортних місцевостях);
- будівництво мотелів та готелів, орієнтованих на авто- і мототуристів;
- розвиток засобів розміщення, пов'язаних з рекреацією, відпочинком і спортом, з метою урізноманітнення та підвищення атракційності перебування гостей;
- будівництво нових розкішних готелів, орієнтованих на обслуговування конгресів, з'їздів, конференцій;
- адаптація під готелі історичних об'єктів та облаштування їх для обслуговування заможних туристів;
- розвиток готельних послуг при здійсненні річкових і морських перевезень.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** В умовах постійного зростання конкуренції завданням сучасних готельних підприємств є задоволення чимраз нових, а іноді все більш прискіпливих вимог потенційних клієнтів. У цьому контексті важливим для менеджменту є дослідження як ринкового середовища і реагування на його зміни, так і модернізація самого готелю та розширення і диверсифікація всіх пропонованих ним послуг. Від ефективного управління залежить використання інноваційних методів у роботі закладу, а підбір та постійне удосконалення кваліфікації персоналу є основою для задоволення вимог навіть найбільш вимогливих клієнтів. Метою ж кожного, чи то діючого, чи новоствореного готелю є залучення клієнтів та отримання завдяки цьому прибутку. На досягнення цієї мети мають

вплив чимало факторів, з-поміж яких вирішальними сьогодні можуть стати унікальна ідея щодо вигляду об'єкта, орієнтація на незаповнений сегмент ринку, а також забезпечення найнижчих і, насамперед, конкурентних цін у відповідній категорії закладів готельної індустрії.

Бажаними і перспективними напрямами подальшого розвитку готельної індустрії в Україні є:

- зростання бази розміщення – розуміється як збільшення кількості об'єктів і місць для ночівлі різних типів внаслідок освоєння нових інвестицій, так і адаптації під готелі існуючих об'єктів, розвиток агротуризму, зростання кількості місць і приватних квартир для подорожуючих у туристичних регіонах (місцевостях);
- поліпшення пропорції розподілу об'єктів у межах регіонів країни – передбачається, що нові готелі створюватимуться у місцевостях, де пропозиція готельних послуг була взагалі відсутня або там, де існував її дефіцит;
- модернізація і адаптація стандартів готелів до потреб клієнтів – планується побудова нових чи модернізація існуючих об'єктів таким чином, щоб збільшити кількість хороших одно- та двозіркових готелів з високими стандартами обслуговування;
- підвищення стандартів будівництва готельних об'єктів у частині використання сучасних конструктивних і функціональних рішень, обладнання, експлуатації, обслуговування – акцентуватиметься увага, насамперед, на поліпшенні комфорту проживання в готельних об'єктах, проблемі підготовки персоналу тощо;
- розширення пропозиції додаткових послуг (торгівельно-комерційних, побутових) в готельних комплексах;
- поступова адаптація готельних об'єктів до нових ринкових тенденцій, наприклад обслуговування інвалідів та тих, хто не палить;
- поглиблення спеціалізації готельних об'єктів стосовно вимог і побажань клієнтів, що належать до конкретного типу туризму чи сегмента ринку.

#### ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лупич О.О. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності / О.О. Лупич // Регіональні проблеми розвитку територіальних систем: теорія, практика, перспективи: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Частина 3, 15-16 квітня 2016 р. / ред. кол. М.А. Лендел (гол. ред.) та ін. – Ужгород: Вид-во «ФОП Сабов А.М.». – 204 с. – С. 83 – 87.
2. Dictionnaire touristique international. – Monte-Carlo: Academie internationale du tourisme., 1961. – 298 p.
3. Стойко Т. Звездопад: почему украинские гостиницы не интересны инвесторам [Електронний ресурс] / Тетяна Стойко // Газета «Дело», – 2016. – 24 березня. – Режим доступу: <http://delo.ua/business/zvezdopad-314138>.
4. Полюга В.О. Визначення показників оцінки конкурентно-спроможності економіки регіону/ В.О. Полюга, І.В. Прокопович-Павлюк // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Інвестиційна привабливість регіону та механізми її забезпечення: зб. наук. пр. / НАН України. Ін-т регіональних досліджень. – Львів, 2010. – Вип. 3 (83). – С. 55 – 63.

#### REFERENCE

1. Lupych, O. O. (2016). Suchasni tendentsii rozvytku industrii hostynnosti [Modern trends in the hospitality industry]. In Rehional'ni problemy rozvytku terytorial'nykh system: teoriia, praktyka, perspektyvy [Regional

- problems of territorial systems: theory, practice, prospects]. Proceeding of the International Conference, 2016, April 15-16. (pp. 83-87). Uzhhorod: FOP Sabov A. M. [In Ukrainian].
2. Academie internationale du tourisme (1961). Dictionnaire touristique international. Monte-Carlo: Academie internationale du tourisme, 298.
  3. Stoiko, T. (2016, March 24). Zvezdopad: pochemu ukrainskiie hostinitsy nie intieriesny inviestoram [Starfall: why Ukrainian hotels are not interesting to investors]. Hazeta Delo. Ukayina – Delo.ua. Retrieved from <http://delo.ua/business/zvezdopad-314138> [In Russian].
  4. Polyuha, V. O., & Prokopovych-Pavliuk, I. V. (2010). Vyznachennia pokaznykiv otsinky konkurento-spromozhnosti ekonomiky rehionu [Definition of indicators to measure the competitiveness of the regional economy]. In V. S. Kravtsiv (Ed.), Sotsial'no-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy [Socio-Economic Problems of the Modern Period of Ukraine]: Vol. 3(83). Investytsiina pryvablyvist' rehionu ta mekhanizmy yii zabezpechennia [The investment attractiveness of the region and mechanisms its ensuring] (pp. 55-63). Lviv: Institute of Regional Research of the NAS of Ukraine. [In Ukrainian].