

просування повинні бути спрямовані на зменшення ціни проживання (використання різних систем знижок, проведення різноманітних акцій тощо), оскільки економічна криза суттєво впливає на платоспроможність українців. Окрім того, готелі мають приймати участь у популяризації міста, в якому він розташований. Обґрунтовані стратегії просування дадуть змогу суттєво покращити конкурентні позиції українських підприємств гостинності.

### **Список джерел інформації**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

2. Аналітика и новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.colliers.com/ru-ua/ukraine/insights>

**Т.М. Брикова**, ст. викл. (*ХДУХТ, Харків*)

## **ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

Готельний бізнес – один із найперспективніших і успішно розвинутих напрямків бізнесу в Україні. Особливістю цієї індустрії є орієнтація на європейські сервісні стандарти й стрімкий перехід до них. Як і будь-який бізнес, готельний також прагне до збільшення доходу та шукає ефективні шляхи для досягнення бажаного фінансового результату.

Наша країна має усі можливості стати одним із найпопулярніших місць для відпочинку та туризму серед іноземців та місцевих мешканців. Для того, щоб покращити стан готельної індустрії в Україні та вивести її на новий європейський рівень, необхідно виділити сучасні тенденції розвитку. За допомогою них можна визначити, у якому напрямку потрібно розвиватися тому чи іншому підприємству гостинності. Проаналізувавши стан сучасної готельної індустрії та її можливі перспективи, можна виділити наступні пріоритетні напрями розвитку:

- поглиблення спеціалізації готельних закладів;
- утворення міжнародних готельних ланцюгів;
- розвиток мережі малих підприємств;
- впровадження в індустрію гостинності ком'ютерних технологій.

Останнім часом поряд із традиційними готелями все більше стали з'являтися спеціалізовані підприємства зі скороченим набором пропонованих послуг. Такі готелі користуються великою популярністю серед туристів з Європи, тож аби покращити стан готельного бізнесу в Україні, їх кількість необхідно збільшувати. Спеціалізація таких підприємств буває найрізноманітнішою. Готелі можуть орієнтуватися на обслуговування представників певного сегмента туристичного ринку. Наприклад, на

споживачів, що присвячують свою відпустку грі в гольф, катанню на лижах, кінним турам, а також на туристів, що виїжджають на конгреси, виставки, ярмарки тощо.

Як відомо, сучасні тенденції дуже пов'язані одна з одною, так тенденція поглиблення спеціалізації підприємств гостинності взаємозалежна з таким напрямком розвитку готельного бізнесу як утворення міжнародних ланцюгів, що відіграють величезну роль у розробленні та просуванні високих стандартів обслуговування.

Готельний ланцюг передбачає об'єднання декількох готельних підприємств у колективний бізнес, здійснюваний під єдиним управлінням, у рамках загальної концепції просування продукту і під єдиною торговою маркою. У цьому випадку готелі можуть бути об'єднані внаслідок будівництва і купівлі підприємств готельною компанією завдяки договору франчайзингу; підписанням контракту на управління. У зв'язку з цим, крім повноправних членів і більшості випадків, є й асоційовані члени, що беруть участь у бізнесі на основі договору. Результати аналізу показали, що готельні ланцюги володіють наступними перевагами:

1. Можливість придбання великих партій товарів і послуг за гуртовими цінами. У силу того, що власник ланцюга керує декількома об'єктами, він може робити великі закупівлі й у наступному пропонувати іншим підприємствам-членам устаткування для номерів, білизну, мийні засоби, предмети санітарно-гігієнічного призначення тощо за низькими цінами.

2. Економія витрат на підготовку персоналу. Як правило, ланцюг здійснює централізовану підготовку кадрів, що значно скорочує витрати кожного члена окремо. Крім того, участь у ланцюзі робить доступними для його членів послуги високооплачуваних фахівців-експертів у певних сферах, оплата вартості яких кожному готелю окремо була б проблематичною.

3. Ефективне просування готельних послуг на ринок і економія на рекламних заходах. Проведення організованої рекламної кампанії завжди потребує значних витрат, що дуже відчутно для бюджету окремих незалежних готелів. Ланцюги дозволяють своїм членам розподіляти між собою витрати на рекламу і просування, так що усі можуть скористатися результатами рекламної кампанії. Крім того, рекламну функцію виконує торгова марка.

4. Використання централізованої системи бронювання, що дозволяє підвищити завантаження номерного фонду всіх підприємств-членів ланцюга.

5. Використання централізованої системи бухгалтерського обліку, проведення загальних маркетингових досліджень, будівництво, здійснення операцій з нерухомістю. Переваги полягають у тому, що фахівці, зайняті в цьому, можуть обслуговувати всі готелі, які входять у ланцюг, що істотно скорочує відповідні витрати кожного члена окремо.

6. Інвестування. Групі готелів, що здійснюють колективний бізнес, легше обґрунтувати одержання інвестицій, мобілізувати капітал і направити його на розширення і підвищення ефективності своєї діяльності.

Слід відмітити, що перспективним є розвиток не тільки готельних ланцюгів, а також і мережі малих підприємств. Ця тенденція дає можливість розвитку середньому бізнесу, що дає змогу покращити економічний стан країни. Малі готелі – це в основному незалежні готелі, які знаходяться у вільному володінні, розпорядженні і користуванні власника. Наявність договірних зобов'язань з іншими компаніями в питаннях управління чи використання чужого знака обслуговування не спричиняє зміни статусу підприємства як незалежного стосовно інших суб'єктів ринкових відносин. Тобто такі готелі існують незалежно один від одного.

Важливо зазначити, що з розвитком інформаційних технологій у сучасному світі з'являється ще одна тенденція розвитку підприємств гостинності, а саме впровадження комп'ютерних технологій. Сучасні інновації у цій сфері дозволяють легко, швидко та якісно обслуговувати відвідувачів готелю, тим самим підвищуючи свій рівень серед інших. За допомогою інформаційних технологій можна досить швидко та якісно вирішити наступні управлінські завдання, до яких відносяться:

- одержання достовірної управлінської інформації про роботу всього готельного комплексу в цілому і його кожного підрозділу окремо;
- оптимізація бізнес-процесів;
- зниження паперового документообігу;
- підвищення ефективності контролю за діяльністю готельних служб і персоналу;
- оптимізація операційних витрат;
- виконання статистичних і аналітичних функцій.

Отже, для того, щоб зрозуміти, які дії потрібно виконати аби покращити стан готельного бізнесу та вдосконалити його в Україні, необхідно виділити сучасні пріоритетні напрями розвитку. Таким чином, з метою розвитку готельного бізнесу, проаналізувавши його стан та європейський ринок послуг, узявши до уваги сучасний прогрес, було виявлено, що основними пріоритетними напрямками готельного бізнесу, за допомогою яких бізнес в Україні може перейти на новий рівень, є наступні: поглиблення спеціалізації закладів, утворення міжнародних готельних ланцюгів, розвиток мережі малих підприємств, впровадження в індустрію гостинності комп'ютерних технологій.