

3. Худавердієва В.А. Організаційно-правове забезпечення діяльності індустрії туризму в Україні. *International Science Group. International Science Journal of Jurisprudence & Philosophy*. Vol. 1, No. 2, 2022, pp. 16-34. doi:10.46299/j.isjpp.20220102.2. URL: <https://isg-journal.com/international-science-journal-of-jurisprudence-philosophy/>  
ISSN: 2720-6769

4. Худавердієва В.А. Державна система підтримки галузі гостинності і туризму в кризовий період. *Науково-технічний збірник «Комунальне господарство міст». Municipal economy of cities. Серія «Економічні науки». Харківський Національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова*. 2022. Том 2 (169). С. 91-97. URL: <https://khg.kname.edu.ua/index.php/khg/article/view/5940/5859>

5. Худавердієва В. Тенденції впровадження цифрових технологій у сферу туризму. *Науковий журнал «Наука і техніка сьогодні». Серія «Економіка»*. 2022. № 10(10). С. 158-172. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nts/article/view/2532>

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

**Шевченко В.М.**, канд. держ. упр., доц.

**Тараненко І.В.**, д-р екон. наук, проф.

**Демченко А.О.**, здобувач вищої освіти

Університет ім. Альфреда Нобеля, м. Дніпро, Україна

Розвиток туризму значно вплинув на розвиток індустрії гостинності. Епоха масового туризму сприяла виникненню значних змін в інфраструктурі та надбудові галузі (гостинності). До найважливіших сучасних тенденцій розвитку готельного господарства можна віднести наступні.

1. Розширення сфери інтересів готельного бізнесу на продукти та послуги, які раніше надавалися компаніями інших галузей (наприклад, громадське харчування, відпочинок, розваги, виставкова діяльність тощо). Розвиток таких сегментів індустрії гостинності, як індустрія розваг, включаючи азартні ігри, тематичні парки, конференції, перетворив раніше непривабливі курорти та туристичні зони на модні туристичні напрямки.

2. Посилення демократизації готельного господарства, що значною мірою сприяє підвищенню доступності готельних послуг для

масового споживача. Якщо раніше різниця між готелями різного класу була значною, то зараз значно піднялася планка «книжчого стандарту»: навіть досить дешеві готелі пропонують якісний сервіс і мінімальний набір зручностей.

3. Посилення спеціалізації готельного бізнесу дозволяє більш чітко орієнтуватися на окремі сегменти споживачів з урахуванням різних характеристик [1, с. 50]. Так, враховуючи рівень цін, було чітко виділено три сегменти – найнижчий (бюджетний), середній (економічний) і найвищий (люксовий). Крім того, здійснюється сегментація за метою поїздки, за віком, за видами робіт для споживачів та за іншими ознаками.

4. Розвиток нових видів туризму, особливо екологічного, де основною ідеєю є глибокий зв'язок людини з природою, стимулює будівництво готелів в екологічно чистих регіонах, формування «зелених» поверхів і номерів у звичайних міських готелях. При облаштуванні цих приміщень використовуються екологічно чисті матеріали, особлива увага приділяється економії природних ресурсів і мінімальному втручанню в природне середовище.

5. Глобалізація та концентрація готельного бізнесу. Ця тенденція проявляється у створенні великих компаній і готельних мереж. Такий підхід дозволяє готельним компаніям перегрупуватись і залучити додаткові ресурси для розвитку свого бізнесу. Концентрація готельних підприємств здійснюється шляхом створення профспілок або асоціацій, що не порушує їх юридичну та економічну самостійність, але дозволяє їм здійснювати спільні маркетингові програми, здійснювати науково-дослідну діяльність і формувати єдину систему підготовки та перепідготовки персоналу.

6. Глибока персоналізація сервісу і повна концентрація на побажаннях і потребах клієнтів. У дорогих готелях для цього створюють карти лояльності, де збирають інформацію про їхні смаки, уподобання та звички. Така база дозволяє передбачити побажання гостей. Для вирішення цих завдань у готелях створюються спеціальні служби. Так, в готелях компанії Marriott були створені спеціальні послуги дворецького. Готелі Radisson розробляють спеціальні навчальні програми для корпоративного персоналу, такі як «Yes I Can!», орієнтовані на формування особистої зацікавленості всіх співробітників компанії у відмінному обслуговуванні.

7. Широке впровадження нових засобів зв'язку та інформаційних технологій, що дозволяють проводити глибоку та системну економічну діагностику. Результати діагностики дозволяють провести повний самоаналіз і аналіз конкурентів в рамках

застосовуваних цінових і маркетингових стратегій, проаналізувати ступінь активності на ринку, визначити прибутковість сегментів, що розвиваються, і координувати попит і пропозиція готельних послуг. Все це в кінцевому результаті допомагає вирішити проблеми завантаження готельних компаній.

8. Впровадження нових технологій у бізнес-стратегії готельних компаній, особливо широке використання Інтернету для просування готельних продуктів і послуг. Нові технології знижують витрати та дають споживачам підвищений комфорт. Ці технології розширюють можливості залучення нових клієнтів і дозволяють компаніям розширювати свої сегменти ринку. Наприклад, використання нових систем бронювання дає незаперечні конкурентні переваги. Великі готелі та готельні компанії пропонують потенційним клієнтам взяти готельні тури, не виходячи з дому. Таким чином, відвідувачі сайту можуть ознайомитися з інтер'єрами готелів, з меню ресторанів і барів, отримати низку довідкової інформації.

Отже, перелічені вище найважливіші сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності в кінцевому підсумку спрямовані на вирішення основних завдань: пошук власних конкурентних переваг; формування стабільної клієнтури через можливість знайти свого клієнта; пошук і створення нових шляхів розвитку, постійне оновлення власної політики щодо ринку готельних і туристичних послуг, що динамічно розвивається.

### **Список використаних джерел**

1. Шуплат О.М. Фінансове забезпечення інвестиційної діяльності підприємств сфери туризму: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08 / Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. Київ, 2016. 302 с.