УДК 338.488.2:640.4

М. Воробель
канд. пед. наук,
викладач кафедри української та іноземних мов,
Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського

СУЧАСНІ ТА МАЙБУТНІ ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ. ГОТЕЛІ МАЙБУТНЬОГО

За останні два десятиліття готельна індустрія зазнала колосальних змін та потрясінь. Готельна індустрія визнана однією із найпривабливіших сфер для бізнесу. Значні зміни помітні в розвитку готельного підприємства, підтриманні його відповідно до передбачених стандартів та технічних умов стані, забезпеченні та наданні послуг певної якості. Це свідчить про значне зростання кількості комфортабельних готелів та номерів, появу щоразу більшої кількості учасників на ринку гостинності, розвиток та вдосконалення власних мереж, демократизацію бізнесу, стабільність щодо збільшення кількості засобів розміщення тощо [1, С. 38–53].

Метою доповіді є аналіз ключових сучасних тенденцій та стратегій, що змінили готельну індустрію, та визначення основних вимог, яким повинні відповідати готелі майбутнього сьогодні.

Зміна зовнішнього та внутрішнього політичного й економічного середовища формує нові тенденції на ринку гостинності. У гостей з'являються інші бажання та потреби, зростає довіра до інноваційних технологій, збільшується орієнтація на нові концепції та маркетингові ідеї [2, с. 126].

Які ключові тенденції змінили галузь та куди спрямований розвиток готельної індустрії найближчим часом? Зважаючи на дослідження, яке проведено на факультеті EHL восени 2018 року, стають зрозумілішими уявлення про минулі та нові виклики (можливості), які повинні враховувати гравці готельного бізнесу. Було визначено основні тенденції та стратегії, які змінили готельну індустрію і продовжують її формувати, а саме:

© Воробель М., 2020

1. Соціальні мережі та інтерактивні новинки соціальних мереж зробили обслуговування приємнішим, сприяли більшій прозорості та поліпшенню послуг, які надають готельні компанії.

2. Спільна економіка («sharing economy»), особливо онлайн-сервіс «*Airbnb*» зробив конкурентну сферу жорсткішою та вказав на значні порушення в готельному секторі.

3. Туристичні онлайн-агенти («online Travel Agenten» (OTAs)) налагодили міцні відносини з туристами та рекламували власні бренди. Особливо такі відомі бренди, як «*Booking Holdings*» та «*Expedia*» замінили готельні бренди на власні, позбавивши цінності та прибутку самих готельєрів.

4. Цифрові технології та цифрове оздоблення номерів поліпшили здатність контролювати багато аспектів управлінської діяльності та обслуговування клієнтів.

5. Бурхливий глобальний туризм. Бюджетні авіакомпанії пропонували сприятливі та доступні умови для подорожі, отож зросла велика кількість потенційних мандрівників із країн, що розвиваються.

6. Авантюрне суспільство. Клієнти вимагають надзвичайної персоналізації, унікальних вражень тощо, що стало причиною зменшення послуг туристичного агентства та зростання якості «незалежного мандрівника».

7. Практика в управлінні активами дала змогу більше сконцентруватися на бізнесі, підвищити власну ефективність.

8. Професіоналізація. Удосконалення сфери готельного бізнесу відкрило нові профілі роботи, проте зросла потреба в кількісних навичках.

9. Покоління «Y» і «Z». Нове покоління поставило інші вимоги та визначило інші потреби, аніж старше, оскільки «літні люди думають про готель та оренду автомобіля, молодші ж надають перевагу *Airbnb* та *Uber*».

10. Стійкість. Люди стали дедалі чутливішими до екологічних та соціальних проблем, відмовляючись від штучних фонів [4, с. 30–48].

Як показали згадані концепції і тенденції, усе обертається навколо необхідності еволюції готельної галузі для ліпшого пристосування її до сучасних умов, адже влив економіки значний: зростає потреба в сучасних технологіях та ролі технологічних компаній, які здатні

замінити більшість готельних брендів та припинити діяльність багатьох традиційних готелів.

Готелі майбутнього повинні відповідати сьогодні певним вимогам сучасного світу, оскільки вони дедалі частіше стають місцями відпочинку, роботи, натхнення, здоров'я, спілкування тощо. Можливості для готельєрів різноманітні, а очікування гостей, приватних чи ділових, високі. Готелям слід брати до уваги такі вимоги:

- індивідуальні концепції, урахування потреб індивідуалістів;
- концепція кулінарії;
- розташування та природний простір (екоготелі, активна участь готелю в екоакціях і програмах);
- здоров'я як основна вимога сучасного життя (медичне оздоровлення, реабілітаційні центри);
- домінування цифрових технологій та нових трендів у режимі офлайн;
- створення простору для навчання, тренування сприйняття, відпочинку;
- відкритість та прозорість у спілкуванні тощо [4, с. 10].

Сучасні та майбутні глобальні тенденції в готельній індустрії дають підстави стверджувати, що розкішний готельний бізнес та фірмова готельна індустрія далі є значущими, оскільки поінформованість про бренд стала важливою для гостей. Збільшується додатковий готельний бізнес – конкуренція класичній готельній індустрії [3, с. 64].

Отже, готельна індустрія стоїть перед викликами нинішнього світу та потребами сучасних мандрівників. Вона повинна розвиватися та віднаходити себе, бути готовою до трансформацій, зважаючи на сучасні тенденції розвитку світової готельної індустрії та потреби гостей.

Ключові слова: готельна індустрія, ринок гостинності, тенденції та стратегії, розвиток готельної індустрії, готелі майбутнього.

Список використаних джерел

1. Грищенко Д. А. Инновационное развитие гостиничного предприятия / Д. А Грищенко // Инновационная наука. – 2016. – № 1. – С. 53.
2. Мендела І. Я. Планування інноваційних стратегій підприємствами готельного бізнесу / І. Я. Мендела // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2013. – Вип. 9(1). – С. 125–129.

3. Пуцентейло П. Р. Економіка туристично-готельного підприємництва / П. Р. Пуцентейло. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
4. Gatterer H., Rützler H. Hotel der Zukunft – Die wichtigsten Trendfelder für die Hotellerie / Gatterer H., Rützler H. – Matthaes Verlag GmbH, Zukunfts-institut Kelkheim, 2012. – 180 s.