

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ ГОТЕЛІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглядаються особливості та тенденції сучасного розвитку вітчизняного готельного бізнесу. Проведено аналіз структури сучасної індустрії туризму з визначенням місця і ролі в ній готельного бізнесу, досліджуються генезис та тенденції його розвитку в регіоні та за кордоном. Стаття присвячена розгляду методики проведення регіонального дослідження попиту послуги соціальних готелів.

Ключові слова:

Туризм, сучасні реалії, готель, послуга, сервіс, індустрія гостинності, державне регулювання, бізнес, попит, соціальний готель.

Abstract

The article considers the features and trends of modern development of the domestic hotel business. The analysis of the structure of the modern tourism industry with the definition of the place and role of the hotel business in it, the genesis and trends of its development in the region and abroad are studied. The article is devoted to the consideration of the methodology of conducting a regional study of the demand for social hotel services.

Keywords:

Tourism, modern realities, hotel, service, service, hospitality industry, government regulation, business, demand, social hotel.

Вступ

Розвиток туризму в сучасних умовах зумовило посилення диверсифікації попиту на готельні послуги. Вплив кризи стимулює прагнення споживачів туристичних послуг оптимізувати свої витрати, перш за все, на транспорт і проживання, що активізує розвиток бюджетного сегмента готельного господарства. У свою чергу, розвиток сегмента бюджетного розміщення показує, що в ньому формується сегмент соціальних готелів, які спрямовані на забезпечення доступності туристських ресурсів. Якщо за кордоном цей сегмент знаходиться в стадії активного розвитку, то в Україні він тільки формується.

Дослідження, проведене в роботі, показує, що розвиток готельного господарства в Україні, особливо у великих і найбільших містах направлено, як правило, на активізацію пропозиції в сегментах 4 і 5 зірок. Формується дефіцит бюджетного розміщення (в некатегорійних готелях, готелях 1-3 зірок), який призводить до невиправданого завищення цін для туристів, роблячи багато міст і регіонів недоступною для туристів, перш за все, для певних категорій населення: 38 млн. пенсіонерів позбавлені доступу до туристичних і готельних послуг, тільки 5% населення мають можливість використувати послуги соціального туризму. В цілому, для 40% населення вартість готельних та інших послуг стала чинником відмови від організованого відпочинку, тоді як за кордоном в сферу туризму залучені 70-80% населення.

Таким чином, необхідність розвитку певного сегменту готелів, які забезпечать доступне проживання, в тому числі для малозабезпечених верств населення, не викликає сумнівів. Розвиток некатегорійних готелів, інших готелів, що відносяться до бюджетного розміщення, як показала практика, не може повністю вирішити зазначену проблему.

У зв'язку з цим вважаємо за доцільне провести дослідження особливостей формування і розвитку сегмента соціальних готелів в сучасному готельному господарстві, а також розробити науково методичні положення щодо розвитку соціальних готелів, спрямовані на формування сукупності колективних засобів розміщення, доступних для туристів всіх категорій населення.

Мета статті - розглянути методику проведення міжрегіонального дослідження попиту послуги соціальних готелів.

Основна частина

Створення соціального готелю відповідно відомої послідовності заходів із розробки та просування ринку нового готелю буде специфічно за змістом дій кожному етапі. У зв'язку з цим, вважаємо за доцільне запропонувати такі методичні підходи до створення та просування на ринок соціального туристичного готелю.

З відомих рекомендацій щодо створення нового готелю для адаптації до специфіки процесів створення та просування на ринок соціального туристичного готелю обрано методику А.Капела[1]. Вибір даного методичного підходу обґрунтований тим, що методика розроблялася автором виходячи з таких положень, справедливих і для соціального туристичного готелю:

- методика та методичні рекомендації створені для потреб малого та середнього готелю;
- передбачається, що готель пропонуватиме гостям обмежений комплекс послуг, розроблений з урахуванням потреб цільового сегменту;
- розглядається готель цілорічного функціонування, що обслуговує локальний ринок (не бере участь повністю або частково в міжнародному туризмі).

Відповідно до методики А.Капела [1] у процесі підготовки готелю до відкриття виділяють 4 напрямки заходів:

- обґрунтування та підготовка проекту нового готелю включають такі роботи, як розробку бізнес-плану, вибір послуг, що надаються, визначення цільового ринку та джерел фінансування, найменування, місця розташування, дизайну, визначення політики ціноутворення, збуту, планування витрат, підготовка до сертифікації та інших формальностей;
- розробка системи управління охоплює такі роботи, як розробка програми освоєння ринку, вибір автоматизованої системи управління, страхування, розробку комплексу маркетингу, рекламної кампанії та бюджету, заходів з Інтернет-збуту, у т.ч. розробку сайту, реєстрацію знаку (найменування);
- розробку системи ведення бухгалтерського обліку, а також вибір облікової політики та інші заходи, пов'язані з побудовою політики ведення управлінського обліку в готелі;
- формування договірних відносин готелю з постачальниками та іншими партнерами, а також найм персоналу.

Специфіка створення соціального туристського готелю полягатиме, перш за все, в обліку потреб цільового сегменту, які визначають низку питань управління. З їх урахуванням пропонуються методичні підходи до створення та просування послуг соціального готелю.

Насамперед, така концепція колективного засобу розміщення при наявному потенціалі розвитку бюджетного туризму визначає орієнтацію обслуговування певного сегмента гостей. Чисельність даного сегмента та його економічна активність, у т.ч. прагнення до подорожей, залежить від регіону. Тому першим кроком має стати передпланове маркетингове дослідження потенціалу ринку послуг соціальних готелів, створення нового об'єкта.

Дане маркетингове дослідження попиту послуги соціальних туристських готелів повинно:

- визначити ємність ринку послуг соціального туристського готелю;
- виділити переваги та можливості цільового сегмента.

Методика проведення регіонального дослідження попиту послуги соціальних готелів передбачає проведення комплексу робіт з наступним взаємозалежним етапам:

1. Виділення соціально-незахищених категорій населення та визначення їх чисельності.

1.1. Визначення категорій соціально-незахищеного населення в регіоні.

1.2. Визначення чисельності потенційних споживачів послуг соціальних готелів.

2. Проведення панельного обстеження доходів та витрат основних категорій соціально-незахищеного населення

2.1. Визначення середніх доходів на одну людину за віковими групами основних соціально-незахищених категорій населення

2.2. Визначення розширеного споживчого кошика

2.3. Оцінка потенційного розміру витрат на туризм основних соціально-незахищених категорій населення за віковими групами

2.4. Оцінка ємності ринку соціальних готелів у сегменті основних соціально-незахищених категорій населення за віковими групами

3. Визначення сезонності та інших істотних умов реалізації попиту соціально-незахищених категорій населення послуг соціальних готелів

Висновок

Важливим елементом збуту може стати отримання статусу соціального готелю, який за рішенням адміністрації суб'єкта передбачає надання низки пільг для діючих готелів.

Таким чином, у запропонованих підходах відображено специфіку діяльності соціального готелю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Cappel A. Start Your Own Hotel. Third Edition. США. 125aday.com Publishing Company, Inc. 2008
2. Корнева Д.А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні / Д.А. Корнева // Вісник ДІЕБ – 2011. - №15. – с. 174–180.
3. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 470 с.
4. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом / Г.Б. Мунін, А.О. Змійов, Г.О. Зінов'єв, Є.В. Самарцев: Навч. посіб. / За редакцією члена-кор. НАН України, д.е.н., професора С.І. Дорогунцова – К.: Ліра, 2005 – 520 с.
5. Овчаренко Л.В. Развитие гостиничного бизнеса: современные мировые тенденции / Л.В. Овчаренко, А.В. Овчаренко // Мир человека. – 2009. – Т. 9. –№ 1. – С. 120–126.
6. Тупкало В.М. Стратегія розвитку готельного бізнесу в Україні / В.М. Тупкало, Г.П. Вітавська // Еко-номіка та держава. – 2007. – №4.– С. 43–44.

Добренко Дмитро Анатолійович — студент групи БМ-20м, Факультет будівництва, теплоенергетики та газопостачання, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Лялюк Олена Георгіївна — к. т. н., доцент кафедри будівництва міського господарства та архітектури Вінницького національного технічного університету, e-mail: Lyalyuk74@gmail.com

Dobrenko Dmitro — student of BM-20m, Faculty for Civil Engineering, Thermal Power Engineering and Gas Supply, Vinnytsya national technical university, Vinnytsya city

Lyalyuk Elena — Ph. D., assistant professor of construction of urban economy and architecture Vinnitsa National Technical University, e-mail: Lyalyuk74@gmail.com