

16. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ХОСТЕЛІВ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

С.С. Кравцов

Національний університет харчових технологій

За 2014 року по всій Україні закрилося 25% хостелів, і на сьогодні їх нараховується 84 одиниці. Більшість серед закритих хостелів не витримало різкого зменшення туристичних потоків. Падіння в'їзного туризму в Україні в січні-листопаді 2014 року склало 80% порівняно з аналогічним періодом минулого року, незважаючи на той факт, що девальвація гривні призвела до значного зменшення вартості розміщення в українських хостелах у доларовому еквіваленті[1]. Складна ситуація на сході України відлякує потенційних іноземних туристів і тільки західні регіони країни, віддалені від зони

військових дій, ще приймають туристів з закордону, переважно з Польщі, Словаччини та Чехії. Це приводить до необхідності пошуку шляхів відродження господарської діяльності хостелів, що постало метою дослідження.

Оскільки нестабільна політична ситуація в країні не сприяє розвитку в'їзного туризму, то потенційними клієнтами українських хостелів стають вітчизняні туристів. На користь збільшення обсягів внутрішнього туризму працює девальвація національної валюти, яка стримує виїзний туристичний потік. Проте, оскільки бажання здійснення туристичної поїздки не є серед першочергових потреб, то в умовах погіршення економічної спроможності населення, розраховувати на значне збільшення попиту на тури по Україні не варто.

В таких умовах представникам готельного бізнесу, які пропонують послуги хостелів пропонується організувати подальшу маркетингову та господарську за такими напрямками:

- налагодити активну співпрацю з державними установами та громадськими та освітніми організаціями, які проводять роботу щодо промоції туристичних ресурсів регіонів України, оскільки саме вони є головною атракцією;

- залучити можливості соціальних мереж, активними користувачами яких є молодь – ключова аудиторія хостелів, наприклад, брати участь у форумах, допомагати в організації відпочинку в місцевості, де розташовується хостел;

- оскільки безпосередніми конкурентами хостелів є квартири та будинки, що подобово здаються туристам, то в рекламній діяльності акцентувати увагу потенційних клієнтів на тому, що хостел – це не просто заклад, який надає якісні послуги розміщення, а є місцем зі специфічною демократичною атмосферою, де гість може очікувати на перебування у дружньому оточенні[2];

- орієнтуватися на самодіяльних туристів, частка яких зросте у зв'язку з, по-перше, бажанням заощадити кошти на відпочинок внаслідок їх зменшення і, по-друге, через відсутність мовного бар'єру, який був вагомою причиною звернення до турпідприємств у випадку здійснення закордонних поїздок;

- проводити роботу щодо розширення потенційної клієнтської бази за рахунок тих, хто раніше надавав перевагу активному відпочинку в АР Крим, і які туди не поїдуть внаслідок його анексії;

- співпрацювати з туристичними операторами, для яких тури по Україні можуть стати важливим джерелом збільшення попиту та отримання доходу.

Реалізація зазначених напрямів дозволить власникам вітчизняних хостелів скористатися можливостями, що склалися внаслідок знецінення національної валюти, а також мінімізувати погрози, викликані зменшенням купівельної спроможності потенційних клієнтів.

ЛІТЕРАТУРА

1. В Україні за рік закрилися 25% хостелів // gazeta.ua – грудень 2014.
– Режим доступу: http://gazeta.ua/articles/economics/_v-ukrayini-za-rik-zakrilisya-25-hosteliv/599142
2. Давиденко І. В. Особливості розвитку хостелів в Україні та світі / І. В. Давиденко // Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. - Вип. 8. - С. 47-50.