

УДК 339.138:338.46+640.41

Вовчанська О. М.

olcja-2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8005-345X,

ResearcherID: F-3473-2019,

к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Іванова Л. О.

livanova.lac@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5125-0630,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки та менеджменту, Львівський державний університет фізичної культури імені І. Боберського, м. Львів

МАРКЕТИНГОВЕ АНАЛІЗУВАННЯ РОЛІ І ЗНАЧЕННЯ ХОСТЕЛІВ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню маркетингових і соціально-економічних чинників функціонування хостелів та аналізу сучасного стану і тенденцій їх розвитку на ринку готельних послуг України і світу. Встановлено, що останніми роками хостели успішно розвиваються у багатьох країнах і стають одним з найпопулярніших засобів розміщення для бюджетних мандрівників. Основними відмінностями хостелів від класичних готелів є продаж не номера, а ліжка-місця; гнучке ціноутворення; наявність зон загального користування для знайомства і спілкування гостей. Маркетинговий аналіз ринку хостелів в основних регіонах світу показав, що з великим відривом домінує Азія, далі розташовуються Європа і Південна Америка. Регіонами, які впевнено демонструють зростання доходів на ринку хостелів, є Південна та Південно-Східна Азія, Близький Схід, Східна Європа та Північна Азія. Визначено рейтинг найбільших у світі мереж хостелів. Протягом останніх трьох років п'ятірка лідерів залишилася незмінною: A&O, Generator, Meininger, St Christopher's Inns та Safestay. Доведено, що розвиток хостельної індустрії стає швидко зростаючим бізнесом, який приносить значні грошові надходження. Прогнозується, що у 2020 р. глобальний ринок хостелів за показником доходів зросте до майже \$6,4 млрд. Встановлено, що ринок хостелів демонструє більшу кількість проникнень в Інтернет, ніж категорії купівлі місць в готелях чи вибору місця відпусток. Маркетингові дослідження підтвердили, що головне у хостелі – зручність для клієнта: вхід без ключів; швидкі послуги реєстрації та виїзду через мобільні додатки; створення будь-яких можливостей, які дозволять гостям витратити менше часу, зосереджуючись на процесі свого перебування; можливість підтримання зв'язку із гостями до та після перебування. Наголошується, що в сучасних умовах функціональна структура хостелів зазнала трансформації, і найпопулярнішими стають дизайнерські хостели з приватними кімнатами. Зважаючи на потреби і переваги клієнтів, більшість хостелів пропонують низку додаткових послуг, інколи досить незвичайних. В Україні місткість готелів не перевищує 1,5%, і класичні готелі зберігають безумовне домінування на ринку готельних послуг. Через відсутність повноцінного контролю і регулювання діяльності хостелів з боку державних і муніципальних органів зберігається невідповідність кількісних показників діяльності хостелів, позаяк значна частина їх продовжує бути в тіні. Діяльність некомерційних партнерств (асоціацій, спілок, об'єднань) з розвитку хостел-руху в Україні також є слабкою. Ще один аспект досліджуваної проблеми пов'язаний з низькою пізнаваністю українських хостелів серед іноземних мандрівників через те, що хостели України надто слабо представлені в міжнародних системах онлайн-бронювання. Маркетинговими дослідженнями встановлено, що, незважаючи на накопичений досвід, більшість українських хостелів не здійснюють маркетингову діяльність як щодо клієнтів, так і щодо власного персоналу. Для збереження своїх ринкових позицій цим підприємствам готельної сфери необхідно докладати маркетингові зусилля у напрямі вдосконалення бізнес-процесів, знаходження додаткових можливостей зниження рівня витрат, підвищення якості обслуговування. Пріоритетними напрямками розвитку хостелів є вдосконалення готельних технологій, впровадження нових видів і форм обслуговування, що дозволить повніше задовольнити потреби клієнтів.

Ключові слова: індустрія гостинності, готельне господарство, ринок готельних послуг, засоби розміщення, колективні засоби розміщення, хостел, маркетинговий аналіз.

Vovchanska O. M.,

olcja-2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8005-345X,

ResearcherID: F-3473-2019,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Ivanova L. O.,

livanova.lac@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5125-0630,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management, Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Boberskyj, Lviv

MARKETING ANALYSIS OF HOSTELS ROLE AND IMPORTANCE IN THE HOTEL SERVICES MARKET

Abstract. *The article presents the research of marketing and socio-economic factors of operations of hostels and analysis of the current state and trends of their development in the market of hotel services in Ukraine and globally. In recent years hostels have been developing successfully in many countries and are becoming one of the most popular lodging facilities for budget travelers. The main difference between hostels and classic hotels is the sale of beds instead of rooms; flexible pricing; availability of public areas for meeting and networking of guests. A marketing analysis of the hostel market in major regions of the world has shown that Asia is dominating by far the market, followed by Europe and South America. Regions that are confidently showing revenue growth in the hostel market are Southeast Asia, Middle East, Eastern Europe and North Asia. Authors determine the rating of the world's largest hostel networks. Over the past three years, the top five have remained unchanged: A&O, Generator, Meininger, St Christopher's Inns and Safestay. Development of the hostel industry is becoming a fast-growing business, generating significant cash inflows. It's forecasted that revenue of global market for hostels will grow to nearly \$ 6.4 billion in 2020. Hostel market has more online penetration than such shopping categories as hotels or vacation spots. Marketing research has confirmed that unique selling point for the hostel is convenience for the client: entry without keys; fast check-in and check-out services through mobile applications; creating any opportunities that allow guests to spend less time focusing on their stay; the ability to keep in touch with guests before and after your stay. It is emphasized that nowadays the functional structure of hostels has undergone a transformation where design hostels with private rooms are gaining the most popularity. Looking at the needs and preferences of clients, most hostels offer a number of additional services, sometimes quite unusual. In Ukraine, the hostel presence does not exceed 1.5%, and classic hotels retain an absolute dominance in the market of hotel services. Due to the lack of proper control and regulation of hostels' operations by the state and municipal bodies, there are significant discrepancies in data for the hostels' operations, as a considerable part of them continues to be in the shadow. The activity of non-profit partnerships (associations, unions) in the development of hostel movement in Ukraine is also weak. Another aspect of the problem under study is the low awareness about Ukrainian hostels among foreign travelers, because Ukrainian hostels are poorly represented in international online booking systems. Marketing research has found that despite the accumulated experience, most Ukrainian hostels do not carry out marketing activities neither for clients and nor for their own staff. In order to maintain their market position, these hostel companies need to make marketing efforts to improve business processes, find additional opportunities to reduce costs, and improve the quality of service. Priority areas for the development of hostels are the improvement of hostel technology, the introduction of new types and forms of services, which will better meet the needs of customers.*

Key words: hospitality industry, hotel industry, hotel services market, accommodation facilities, collective accommodation facilities, hostel, marketing analysis.

JEL Classification: L83, M31

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-12>

Постановка проблеми. Зростанню конкурентних переваг країн, які приймають туристів, дедалі більше сприяє розвиток малих засобів розміщення, до яких насамперед відносяться хостели. Це пожвавлює політичне, економічне і соціальне життя країн, гнучкість їх економічних структур у сфері малого бізнесу, позаяк економічна та соціально-культурна сфери діяльності країн не можуть повноцінно розвиватися тільки на основі великого готельного бізнесу. Між малим бізнесом і великими компаніями повинна дотримуватися певна збалансованість. Малий готельний бізнес є підґрунтям забезпечення соціальних гарантій населення різних країн, сприяє реалізації соціально орієнтованої політики у сфері гостинності. Водночас ступінь розвитку малих засобів розміщення в

країні визначається рівнем розвиненості ринкових відносин.

Багаторічна еволюція європейської індустрії гостинності показує, що 40% потоку туристів зупиняються в малих засобах розміщення. Зважаючи на те, що у туристів все більшою популярністю користуються малі засоби розміщення, цей сегмент ринку готельних послуг не тільки приваблює до себе увагу великих інвесторів, але і стає предметом інтересу середнього та малого бізнесу. Врахування ролі і значення хостелів у маркетинговому середовищі готельного бізнесу є важливим завданням, що потребує розгляду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З опрацьованих нами літературних джерел випливає, що проблематика функціонування ринку готельних

послуг є багатогранною і достатньо висвітлена у наукових працях українських та зарубіжних вчених. Зокрема, М. Бойко, Л. Гопкало у своїх роботах широко висвітлили організаційні та техніко-економічні засади готельної справи [1]. С. Галасюк, О. Шикіна, В. Семенов досліджували організаційно-економічні умови функціонування малих готелів [6; 12]. Маркетинговій політиці в готельному бізнесі присвячені роботи С. Мельниченко, А. Магалецького [9]. Щодо зарубіжних дослідників, то теоретичні та практичні аспекти сучасної індустрії гостинності представлені у працях John R. Walker [24], аналіз потенціалу готельного бізнесу - в роботах Monica Og [21]. Розвиток малих підприємств індустрії туризму та гостинності відображений у роботах Darren Lee-Ross, Conrad Lashley [19], Roy Hayter та Helen Lines [16]. Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє висновувати, що саме малі готельні підприємства сьогодні структурують ринок готельних послуг відповідно до попиту споживачів, формують конкурентне середовище та створюють нові робочі місця. Проте попри велику кількість наукових публікацій щодо висвітлення діяльності різних функціональних підприємств готельного бізнесу питання маркетингового аналізу особливостей хостелів на ринку готельних послуг залишаються недостатньо вивченими.

У процесі підготовки статті використовувались як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження: структурно-логічний – щодо визначення стандартів діяльності та ознак класифікації хостелів; монографічний (для виявлення умов та можливостей маркетингової діяльності хостелів); історичний (для дослідження функціональної ролі хостелів на ринку готельних послуг); економічного аналізу (для дослідження чинників впливу на ринок хостелів); статистичного аналізу, методу порівнянь і експертних оцінок (для визначення тенденцій розвитку ринку хостелів).

Емпіричною та фактологічною базою дослідження слугували наукові результати українських та зарубіжних авторів з проблем функціонування малих засобів колективного розміщення на ринку готельних послуг, авторські маркетингові дослідження.

Постановка завдання. Основною метою нашого дослідження є визначення маркетингових і соціально-економічних чинників функціонування хостелів та аналіз сучасного стану і тенденцій їх розвитку на ринку готельних послуг України і світу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Хостел за визначенням Міжнародної федерації молодіжних хостелів (International Youth Hostel Federation (IYHF)) – це місце, де можна комфортно переночувати в дружньому оточенні і за прийнятною ціною [11]. Ця міжнародна організація запровадила поділ хостелів на три категорії: стандарт (Standart), покращений (Superior), люкс (Luxury). Головним критерієм для відношення хостелу до тієї чи іншої категорії є місце розташування засобу розміщення – категорія

підвищується за рахунок близькості закладу до центру міста, історичних і відомих пам'яток, крупних бізнес-центрів, рекреаційних центрів тощо. У 1994 році IYHF опублікувала загальні вимоги та критерії щодо хостел-стандартів, які стали основоположними. Структурно вимоги розділені на п'ять складових: культура спілкування і прийом, чистота і порядок, безпека, усамітненість/конфіденційність, зручність. Конкуруючи у своєму сегменті, хостели активно вдосконалюють рівень сервісу і пропонують гостям гарячий сніданок, телебачення, Інтернет [7, 11].

В останні роки хостели успішно розвиваються практично у всіх країнах і стають одним з найпопулярніших засобів розміщення для бюджетних мандрівників. Основними відмінностями хостелів від класичних готелів є продаж не номера, а ліжко-місця; гнучке ціноутворення, а також наявність в хостелі зон загального користування для знайомства і спілкування гостей. Хостели відносяться до бюджетних засобів розміщення, тому спектр пропонованих ними додаткових послуг обмежений.

Зараз майже всі хостели у світі об'єднані в декілька міжнародних хостельних асоціацій, серед яких найвідомішою та впливовою є вже зазначена нами IYHF. Ця асоціація має статус неурядової некомерційної організації та знаходиться під протекцією ЮНЕСКО. Асоціація не тільки займається стандартами для засобів розміщення такого класу, але і розробляє навчальні програми, публікує каталоги хостелів. Кожен хостел, акредитований IYHF, щорічно проходить сувору перевірку на відповідність існуючим вимогам. Всі хостели IYHF відмічені логотипом Hostelling International (трикутник, у якому зображені ліжка та ялинка) [11].

Маркетингові дослідження показали, що на початку 2019 р. в понад 60 країн світу функціонувало приблизно 4,5 млн хостелів, які щорічно розміщують майже 35 млн подорожуючих. Історично велика кількість хостелів започаткувала свою діяльність у Західній Європі, що обумовлено найвищим рівнем розвитку студентського туризму у цьому регіоні. Показово, що мережі хостелів існують навіть в таких малотуристичних країнах, як Бахрейн, Кенія, Марокко, Пакистан, Саудівська Аравія, Уругвай [17]. При цьому спеціалізовані компанії, які займаються збором інформації про такий тип засобів розміщення, зазначають про великі складнощі стосовно кількості хостелів у світі. Наприклад, платформа бронювання Hostelworld стверджує, що на ній розміщено 16000 хостелів [4], але згідно з підрахунками компанії нерухомості Colliers International за 2017 р. у топ-10 світових мереж хостелів було лише 118 об'єктів [15]. Це менше 1% пропозиції Hostelworld.

За даними найбільшої інтернет-мережі бронювання хостелів Hostelworld, у 2017 р. на Європу припадало 23% від загальної кількості хостелів у світі, на Азію – 34%. Замикає чільну трійку регіон Південної Америки, який має частку 19% у світовому ринку хостелів (рис. 1).

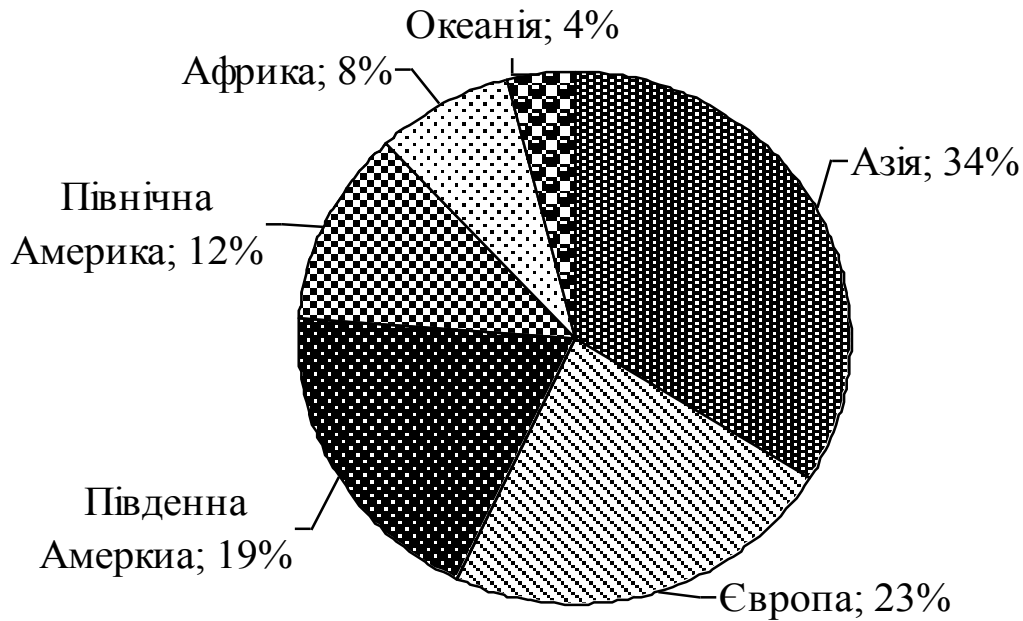


Рис. 1. Регіональна структура світового ринку хостелів у 2017 р. [22]

Регіонами, які впевнено демонструють зростання доходів на ринку хостелів, є Південна та Південно-Східна Азія (13 %), Близький Схід (11 %), Східна Європа (11%) та Північна Азія (10%) [23].

Показово, що найбільші мережі хостелів забезпечують 30% доходів, тоді як топ-п'ять мереж готелів складають близько 15% світових доходів готельного господарства. Рейтинг найбільших мереж хостелів наведений на рис. 2.

Лідером на ринку хостелів у 2016 р. була німецька мережа A&O Hotels and Hostels, яка володіла 30 хостелами, більшість з яких розташовані в Німеччині, чотири – в Австрії, загалом на 22000 ліжок. У 2017 р. компанія A&O отримала дохід величиною \$134 млн (€117 млн), надала послуги ночівель 4,1 млн, зростання склало 15%. Мережа Meininger, що також базується в Німеччині, має 18 хостелів (найбільше у Німеччині, чотири в Австрії на 8400 ліжка разом), є третьою за величиною мережею хостелів у світі. Загалом протягом п'яти років мережа Meininger додала понад 3500 ліжок та збільшила валовий дохід на 58% до \$104 млн (€90 млн) у 2018 р. Мережа Wombats базується в Австрії (6 хостелів, 1900 ліжок, з них три у Відні та три у Німеччині). Хостельні мережі St Christopher's Inns та Generator,

обидві базуються в США, мають 20 та 12 хостелів на 3500 та 8600 ліжок відповідно. Слід зазначити, що хостели, інтегровані в ланцюги, – це, як правило, мега-хостели. Наприклад, середній заклад розміщення у трійці найбільших хостельних мереж налічує понад 600 ліжок.

Велику популярність серед туристів на європейському континенті має хостельна мережа Safestay, яка досить швидко зростає останніми роками. Після відкриття першого хостелу в 2012 р. їх кількість збільшилася до 13. Маючи розповсюдження у всій Європі, Safestay орієнтована на меншу кількість ліжок-місць в окремо взятому хостелі (близько 250).

П'ятирічне зростання десяти найбільших світових хостельних мереж (у 2012-2017 рр.) за кількістю хостелів та кількістю ліжок-місць відображено на рис. 3. За п'ять зазначених років кількість хостелів зросла з 97 до 118, або на 21,6%, а ліжок - з 33800 до 49750, або на 47,2%.

На початок 2018 р. серед основних компаній на ринку хостелів не відбулося значних змін. Трійка мереж хостелів залишилася незмінною: A&O, Meininger, Generator (табл. 1).

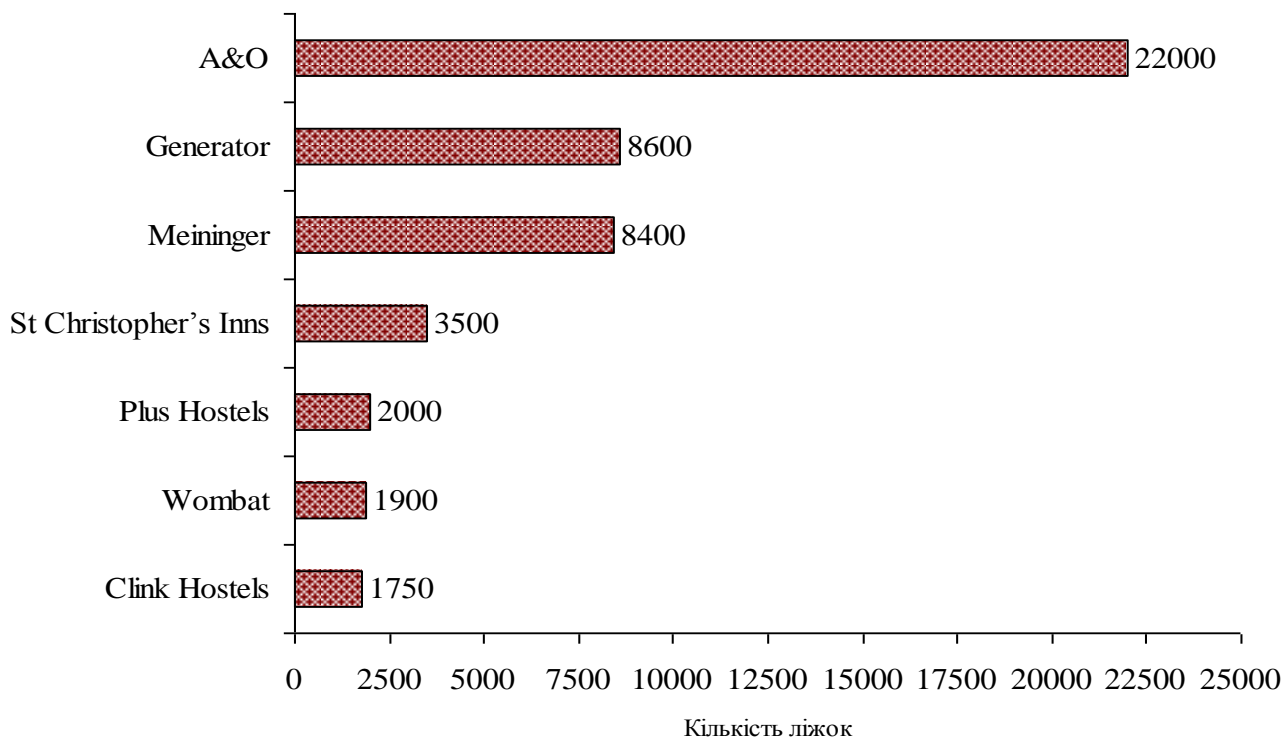


Рис. 2. Рейтинг провідних мереж хостелів за кількістю ліжок на початок 2017 р. [18]

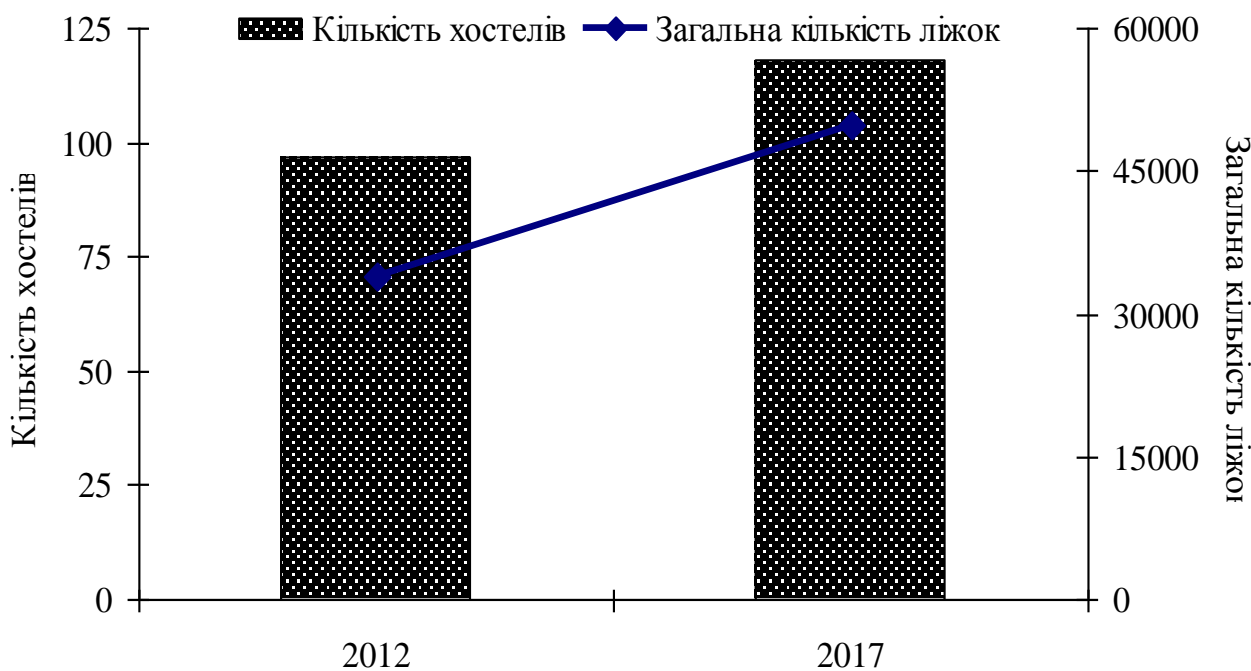


Рис. 3. Динаміка розвитку десяти найбільших світових хостельних мереж

Динаміка розвитку ринку хостелів не залишилася непоміченою з боку великих готельних мереж. Деякі групи готелів зараз поспішають завоювати свою частку ринку, пропонуючи “костельні” номери, як, наприклад, готелі Marriott Моху.

Отримані результати аналізу вторинних джерел інформації підтвердили, що хостели – важлива складова туристичної індустрії, особливо в частині внутрішнього туризму.

Найбільші мережі хостелів у світі на початок 2018 р.

№ з/п	Мережа	Бренд	Місце розташування	Кількість хостелів	Кількість ліжок
1	A&O		Європа	34	25605
2	Meininger		Європа	24	12554
3	Generator		Європа і США	14	8120
4	St Christopher's Inns		Європа	16	3704
5	Safestay		Європа	13	3400
6	Wombat		Європа	6	2500
7	Plus Hostels		Європа	3	2000
8	Zostel		Індія	29	1580
9	Clink Hostels		Європа	3	1500
10	Mad Monkey Hostel Group		Азія і Австралія	12	1500
11	Freehand		США	4	1000+

[22]

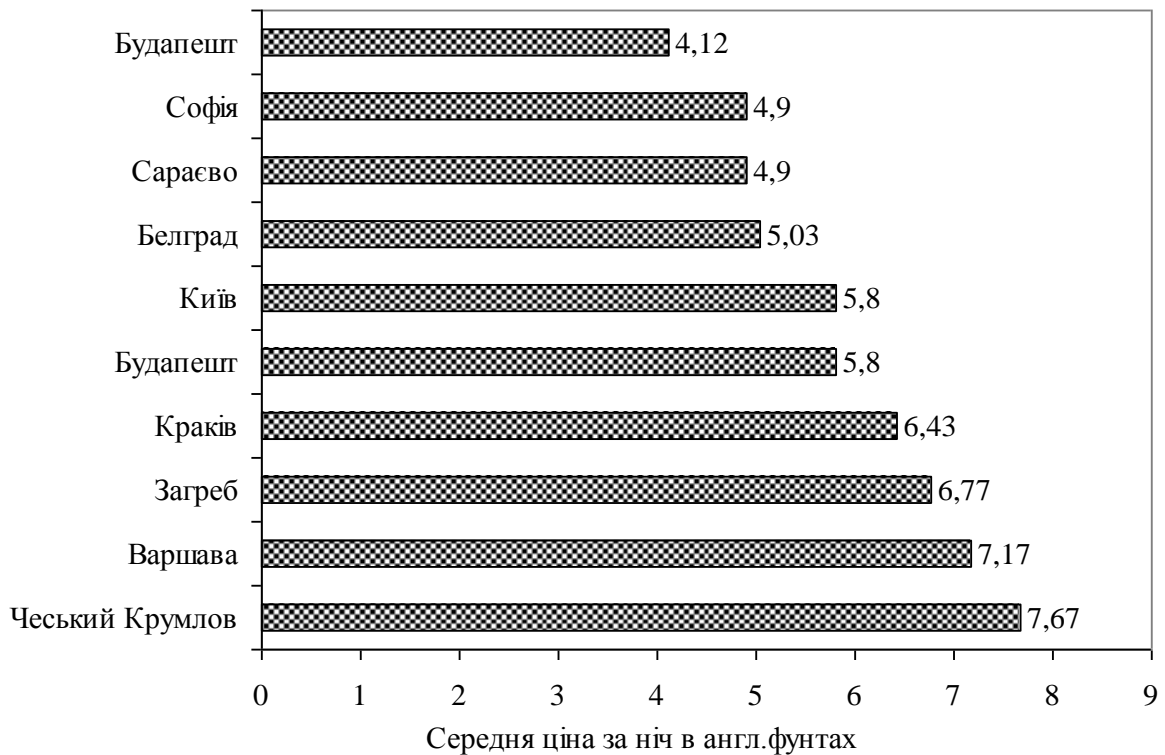


Рис. 4. Рейтинг міст Європи за ціною проживання однієї доби в хостелах у 2017 р. [14]

Рис. 4 показує найдоступніші міста в Європі для подорожей, класифіковані за цінами за одну ніч перебування в хостелах у 2017 р. Європейський індекс туристів Backpacker Index показує, що найдешевший нічліг - у Будапешті, Софія – друге найдешевше місто для розміщення протягом однієї ночі в хостелах Європи. Замикає трійку за цим показником Сараєво.

Дослідження Phocuswright, представлене у другому випуску Global Hostel Markets 2016-2020, показує, що глобальний ринок хостелів за показником доходів зростає з \$5,5 млрд у 2017 р. до майже \$6,4 млрд у 2020 р. (рис. 5). Отже, розвиток хостельної індустрії стає швидко зростаючим бізнесом, що приносить значні грошові надходження.

Нові дослідження Phocuswright показують, що ринок хостелів демонструє більшу кількість проникнень в Інтернет, ніж категорії купівлі місць в готелях чи вибору місця відпусток.

Прогнозується, що ринок так званих інтернет-хостелів збільшить свою частку з 7% до 11%, тобто з \$3,5 млрд до \$4,6 млрд (рис. 6). Онлайн-туристичні агенції (ОТА) виступають найпопулярнішим каналом для мандрівників при обиранні хостелів. Phocuswright передбачає, що частка ОТА в загальних обсягах бронювання збільшиться з 44% в 2014 р. до 54% у 2020 р.

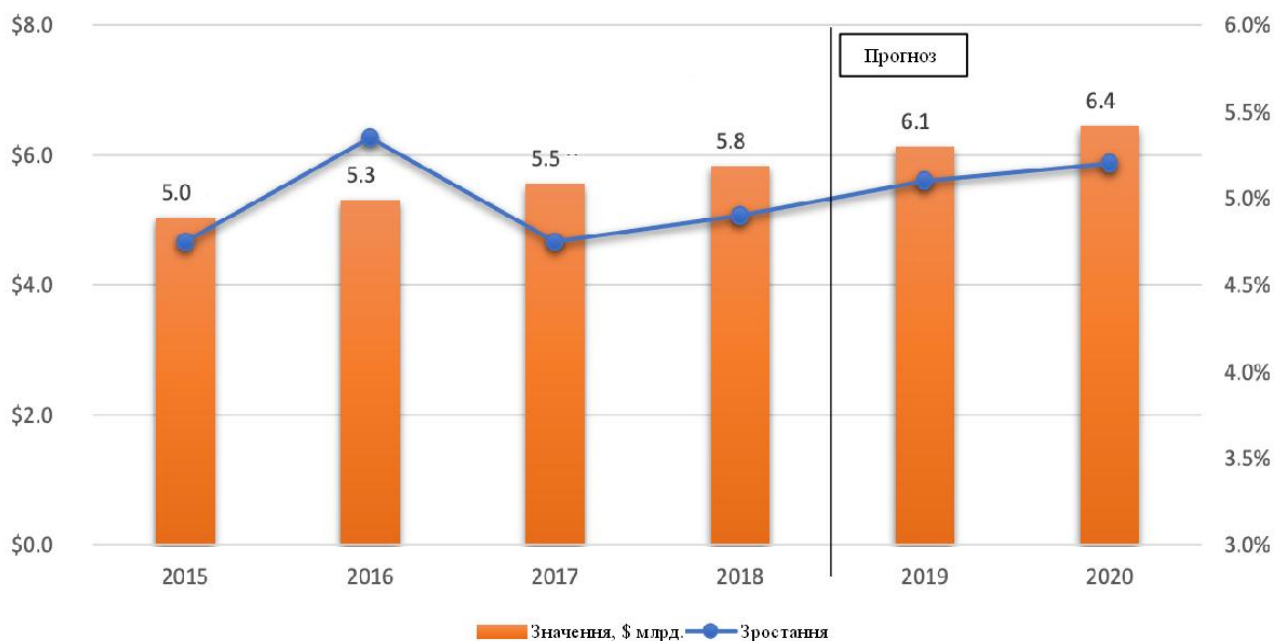


Рис. 5. Динаміка доходів глобального ринку хостелів [25]

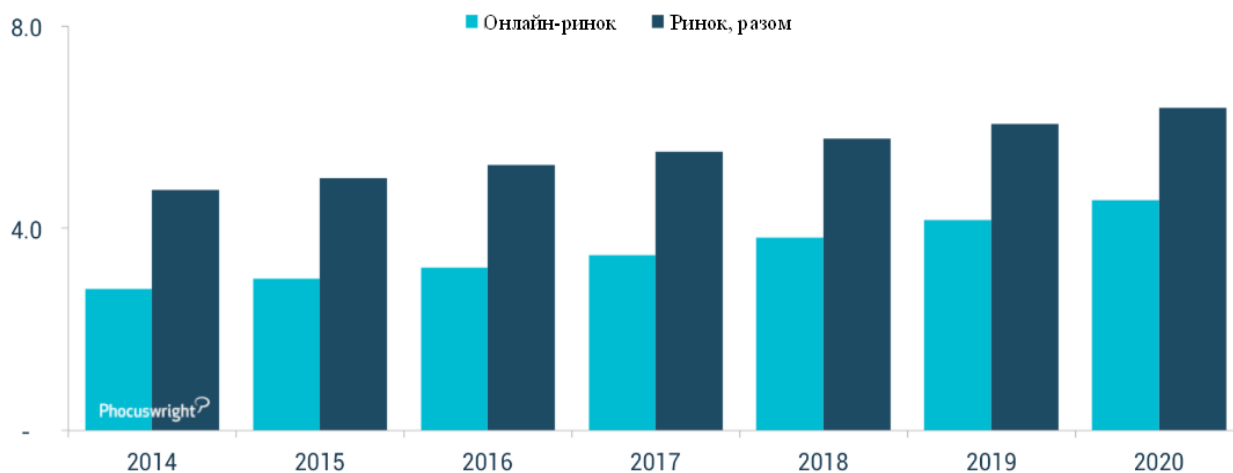


Рис. 6. Динаміка співвідношення щорічних доходів глобального ринку хостелів та інтернет-хостелів у 2014-2020 рр. [20, 25]

Маркетингові дослідження підтверджують, що головне у хостелі – зручність для клієнта: вхід без ключів; швидкі послуги реєстрації та виїзду через мобільні додатки; створення будь-яких можливостей, які дозволять гостям витратити менше часу, зосереджуючись на процесі свого перебування; можливість підтримання зв'язку із гостями до та після перебування в хостелі, використовуючи популярні додатки, такі як Whatsapp, Wechat та Operator.

Як можна констатувати з результатів вторинних маркетингових досліджень, в сучасних умовах ринок хостелів зазнав трансформації, і найпопулярнішими стають дизайнерські хостели з приватними кімнатами. Дійсно, за інформацією Phocuswright, дев'ять з десяти хостелів сьогодні мають приватні кімнати. Зі збільшенням очікувань клієнтів більшість хостелів пропонують такі послуги, як: безкоштовний Wi-Fi; харчування та напої; щоденне прибирання; інтер'єри, орієнтовані на дизайн; соціальні події; прокат велосипедів; бібліотеки та медіацентри. До прикладу, хостел FieldHouse Jones приваблює гостей великим спектром розважальних послуг, серед яких майданчик для гоночних ігор в ігрових автоматах, гімнастичний зал, доріжки для плавання, тематичні розмови та публічні або приватні майданчики для проведення заходів, кавовий бар, ресторан для гурманів. Ще один хостел, Lub d Phuket, пропонує клас тайського боксу на повнорозмірному боксерському рингу безпосередньо у холі закладу.

Крім того, багато хостелів мають додатки, які інтегруються до системи управління майном клієнта (PMS) і дозволяють гостям взаємодіяти та

спілкуватися один з одним. За допомогою програми гості можуть бачити, хто ще перебуває у цьому хостелі, створювати групові чати або навіть створювати події з метою залучення гостей та покращання їх досвіду мандрівника.

Маркетингове середовище готельного бізнесу загалом та розвиток хостелів в Україні мають свою специфіку. Функціональна структура готельного господарства України у 2015-2017 рр. відображена у табл. 2. Аналіз даних Державної служби статистики показує, що кількість хостелів у 2016 р. порівняно з 2015 р. зросла на 11 од. (з 29 до 40 од., або 37,9%), а кількість місць в них - на 33,3%. У 2017 р. кількість хостелів зменшилася на 4 од., або 10%, а кількість місць в них - на 6,7%.

Підрахувати точну кількість хостелів в Україні складно. На hotels24.ua зазначається, що в Києві — 61 хостел, у Львові — 52. За даними booking.com, ситуація така: у Києві — 96 хостелів, у Львові — 81 [3]. Зовсім інша інформація на сайті hostelworld.com: у Києві — 36 хостелів, у Львові — 34 [4, 8].

Якщо порівнювати офіційну інформацію про кількість хостелів з даними світових мереж бронювання, то помітно, що вони є в кілька разів більшими. Це пов'язано з тим, що Державна служба статистики України фіксує дані тільки на основі звітності, яку більша частина хостелів ігнорує, також є велика частка хостелів, які працюють нелегально. Експерти ринку готельних послуг стверджують, що тільки 30% хостелів України працюють офіційно, решта 70% знаходяться в тіні [2].

Таблиця 2

Динаміка готельного господарства України за типами та кількістю місць у 2015-2017 рр.

Тип засобу розміщення	Роки			Темп зростання, %	
	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016
Колективні засоби розміщування, усього	4341	4256	4115	98,0	96,7
<i>у тому числі</i>					
Готелі та аналогічні засоби розміщування, усього	2478	2534	2474	102,3	97,6
<i>з них</i>					
готелі	1508	1703	1704	112,9	100,1
кількість місць	100180	102002	101193	101,8	99,2
мотелі	123	139	137	113,0	98,6
кількість місць	3614	3945	3791	109,2	96,1
хостели	29	40	36	137,9	90,0
кількість місць	1183	1577	1472	133,3	93,3
кемпінги	6	14	12	233,3	85,7
кількість місць	332	709	506	213,6	71,4
гуртожитки для приїжджих	105	90	84	85,7	93,3
кількість місць	7049	6902	6637	97,9	96,2
туристичні бази, гірські притулки, студентські літні табори, інші місця для тимчасового розміщування	707	548	501	77,5	91,4
кількість місць	20177	20781	19797	103,0	95,3

Розраховано нами за [13]

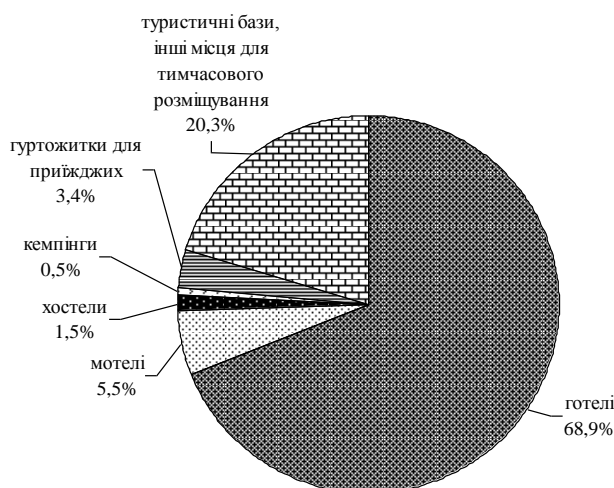


Рис. 7. Розподіл підприємств готельного господарства України за типами у 2017 р., %

Розраховано нами за [10, 13]

Бюджетні хостели здебільшого розміщують рекламу на стовпах, у вагонах поїздів метрополітену, розклеюючи паперові оголошення, не сплачуючи за рекламні послуги. Не платять за неї й інша частина хостелів, розміщуючи оголошення на міжнародних порталах booking.com і hostelworld. Однак ці портали беруть комісію з кожного бронювання клієнта в хостелі, яка в середньому становить 15% [8]. Як можна констатувати з результатів вторинних маркетингових досліджень, системна маркетингова діяльність не є пріоритетною для переважної кількості вітчизняних хостелів.

В Україні з 2003 р. функціонує Всеукраїнська молодіжна хостельна асоціація (ВМХА), яка щорічно проводить перевірку хостелів на предмет відповідності стандартам ІУНФ. Згідно зі статистичною інформацією, оприлюдненою ВМХА, в містах України офіційно функціонує така кількість хостелів: Київ – 42, Львів – 22, Одеса – 13, Ужгород – 3, Харків – 2, Чернігів – 2, Бровари – 1 [5].

Аналіз розвитку ринку хостелів в Україні показує, що у 2017 р. їх сукупна місткість становила близько 1,5%, тобто класичні готелі зберігають безумовне домінування на українському ринку готельних послуг (рис. 7).

Жорстка конкуренція на ринку готельних послуг змушує хостели переглядати власні принципи функціонування. Для збереження своїх ринкових позицій цим підприємствам готельної сфери необхідно докладати маркетингові зусилля у напрямі вдосконалення бізнес-процесів, знаходження додаткових можливостей зниження рівня витрат, підвищення якості обслуговування. Такі завдання потребують, на наш погляд, системного та комплексного підходу.

Звернімо увагу, що через відсутність повноцінного контролю і регулювання діяльності хостелів з боку державних і муніципальних органів, з одного боку, зберігається невідповідність кількісних

показників в діяльності хостелів, позаяк значна частина їх продовжує бути в тіні, а з другого боку, має місце дуже слабка активність діяльності некомерційних партнерств (асоціацій, спілок, об'єднань) з розвитку хостел-руху в Україні.

Ще один аспект досліджуваної проблеми пов'язаний з низькою пізнаваністю хостелів України серед іноземних мандрівників через те, що українські хостели надто слабо представлені в міжнародних системах онлайн-бронювання. Дослідження підтвердили, що ваговим соціальним чинником впливу продовжує бути активний опір мешканців багатоквартирних будинків щодо розміщення хостелів в житловому фонді.

Недостатнє використання переваг франчайзингу для розвитку ринку хостелів в Україні викликає підвищену зацікавленість до цього питання та ґрунтовне його дослідження. Незважаючи на накопичений досвід, більшість українських хостелів не здійснюють маркетингову діяльність як щодо клієнтів (виявлення їх споживацьких переваг і вимог), так і щодо власного персоналу (велика плінність кадрів, відсутність високопрофесійних фахівців).

На наш погляд, однією з головних передумов розвитку хостелів в Україні є створення сприятливого інвестиційного клімату та пошук джерел фінансування для будівництва нових і реконструкції вже існуючих підприємств.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Світові тенденції збільшення кількості хостелів та висока соціально-економічна ефективність їх діяльності дозволяють стверджувати, що такий вид готельного бізнесу має великі перспективи щодо зміцнення позицій на ринку малих колективних засобів розміщення економ-класу.

Розвиток малих засобів розміщення дозволяє державі вирішити велику кількість соціальних і економічних завдань, зокрема: ефективно використання незатребуваних у великому бізнесі ресурсів;

зниження безробіття; впровадження інновацій, реалізація інноваційного потенціалу; посилення конкурентного середовища у сфері готельних послуг; швидке реагування на зміни попиту і пропозиції на ринку готельних послуг; формування нових пропозицій у сфері гостинності, заповнення вільних ніш на ринку готельних послуг; навчання кадрів на перспективу для роботи в класичних великих готельних комплексах; перетворення тіншового готельного бізнесу (здача квартир) в легально оформлені малі засоби розміщення; зниження соціальної напруги.

Пріоритетним напрямом розвитку хостелів є вдосконалення готельних технологій, впровадження нових видів і форм обслуговування, що дозволить у більш повному обсязі задовольнити потреби клієнтів. Це і визначатиме перспективи подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойко М. Готельна справа : Електронний підручник / М. Бойко, Л. Гопкало. – К. : КНТЕУ, 2015. – 501 с.

2. В Україні 70% хостелів працюють у тіні – асоціація. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/10569570-v-ukrajini-70-hosteliv-pracyuyut-u-tini-asociaciya.html>

3. Всесвітня платформа бронювання Booking.com. URL: www.booking.com

4. Всесвітня платформа бронювання хостелів Hostelworld. URL: www.hostelworld.com

5. Всеукраїнська молодіжна хостел-організація. [Електронний ресурс] // Хостели в Україні. – URL: <https://hihostels.com.ua/uk/ukrainian-yha>

6. Галасюк С. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів : монографія / С. Галасюк, О. Шикіна. – Одеса : Атлант, 2015. – 279 с.

7. Зрибнева І. П. Маркетингові та соціально-економічні аспекти розвитку хостельного бізнесу в Україні / І. П. Зрибнева // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. - 2017. - Вип. 4. - С. 221-232. – URL: <http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2017/v4/24.pdf>

8. Індустрія гостинності: як працює хостел — БІЗНЕС-ПЛАН. URL: <https://hromadske.ua/posts/iak-pratsiuie-khostel-biznes-plan>

9. Мельниченко С. Маркетингова політика в готельному бізнесі : монографія / С. Мельниченко, А. Магалецький. – К. : КНТЕУ, 2011. – 344 с.

10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

11. Офіційний сайт Міжнародної хостел організації. URL: <https://www.hihostels.com>

12. Семенов В. Поняття і зміст організаційно-економічного забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості / В. Семенов, С. Галасюк, О. Шикіна // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №10(172). – С. 202-212.

13. “Україна-2017”. Статистичний збірник. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_ukraina2017.pdf

14. Cheapest European city destinations ranked by hostel accommodation price 2017* (in GBP) URL: <https://www.statista.com/statistics/541542/ranking-cheapest-hostels-european-cities/>

15. Colliers International (2017). Hostel Global Business. Research & Forecast Report. URL: http://www.colliers.com/media/files/emea/portugal/research/2017/2017_hostels_report_eng.pdf?la

16. Hayter R., Lines H. Market Your Business: A Guide For Small Hospitality Businesses Cengage Learning Vocational (Aug. 1999), 64 p.

17. L. Ren. Investigating accommodation experience in budget hotels / L. Ren, H. Qiu, C. Ma, P. Lin. // International Journal of Contemporary Hospitality Management. – 2018. – Vol. 30. – Issue: 7.

18. Leading hostel chains based on number of beds worldwide as of 2017. URL: <https://www.statista.com/statistics/821762/leading-hostel-chains-worldwide-by-number-of-beds/>

19. Lee-Ross D., Lashley C. (2015). Entrepreneurship & Small Business Management in the Hospitality Industry (Hospitality, Leisure and Tourism). 1st Edition Routledge, 306 p.

20. Often overlooked hostel industry shows huge upside as investors attempt to appeal to Millennials. URL: <https://blueswandaily.com/often-overlooked-hostel-industry-shows-huge-upside-as-investors-attempt-to-appeal-to-millennials/>

21. Or M. (2014). Star Quality Hospitality: The Key to a Successful Hospitality Business. Rethink Press Limited.

22. Patrick W. The Big-Money Reinvention of the Humble Hostel: A Skift Deep Dive. URL: <https://skift.com/2018/11/12/the-big-money-reinvention-of-the-humble-hostel-a-skift-deep-dive/>

23. Report: Millennial travelers are fueling a hostel revolution. URL: http://www.hostelworldgroup.com/~media/Files/H/Hostelworld/pressrelease/PCW%20draft%20release_CV_LaunchSquad_V7.pdf

24. Walker John R. (2016). Introduction to Hospitality Management. Pearson; 5 edition, 784 p.

25. Walsh C. The Global Hostel Marketplace 2016-2020: Second Edition / C. Walsh, D. Quinby. – Phocuswright, 2018. – 35 p.

REFERENCES

1. Bojko, M. and Hopkalo, L. (2015). Hotel'na sprava, KNTEU, Kyiv, 501 p.

2. Unian (2019), V Ukraini 70% khosteliv pratsiuut u tini – asotsiatsiia, available at: <https://www.unian.ua/tourism/news/10569570-v-ukrajini-70-hosteliv-pracyuyut-u-tini-asociaciya.html>(Accessed 25 October 2019).

3. The global booking platform Booking.com, available at: www.booking.com (Accessed 25 October 2019).

4. The global hostel-booking platform Hostelworld, available at: <http://www.hostelworld.com> (Accessed 25 October 2019).

5. Vseukrains'ka molodizhna khostel-orhanizatsiia, available at: <https://hihostels.com.ua/uk/ukrainian-yha> (Accessed 25 October 2019).
6. Halasiuk, S. and Shykina, O. (2015), Orhanizatsijno-ekonomichni zasady funktsionuvannia malykh hoteliv, Atlant, Odesa, 279 p.
7. Zrybnieva, I. (2017), Marketing and socio-economic aspects of hostel business development in Ukraine, *Visnyk Chernivets'koho torhovel'no-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*, vol. 4, pp. 221-232, available at: <http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2017/v4/24.pdf> (Accessed 25 October 2019).
8. Hromadske.ua (2017), Industriia hostynnosti: iak pratsiuie khostel — BIZNES-PLAN, available at: <https://hromadske.ua/posts/iak-pratsiuie-khostel-biznes-plan> (Accessed 25 October 2019).
9. Mel'nychenko, S. and Mahalets'kyj, A. (2011), Marketynhova polityka v hotel'nomu biznesi, KNTEU, Kyiv, 344 p.
10. Ofitsijnyj sayt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy (2019), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 25 October 2019).
11. Ofitsijnyj sayt Mizhnarodnoi khostel orhanizatsii, available at: <https://www.hihostels.com> (Accessed 25 October 2019).
12. Semenov, V., Halasiuk, S. and Shykina, O. (2015), Poniattia i zmist orhanizatsijno-ekonomichnoho zabezpechennia funktsionuvannia hotel'nykh pidpriemstv maloi mistkosti, *Aktual'ni problemy ekonomiky*, vol. 10(172), pp. 202-212, available at: <http://ecoscience.net/downloads.html> (Accessed 25 October 2019).
13. "Ukraina-2017". Statystychnyj zbirnyk (2019), available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_ukraina2017.pdf (Accessed 25 October 2019).
14. Statista, Cheapest European city destinations ranked by hostel accommodation price 2017*, The Global Statistics Portal. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/541542/ranking-cheapest-hostels-european-cities/> (Accessed 25 October 2019).
15. Colliers International (2017), Hostel Global Business. Research & Forecast Report, available at: http://www.colliers.com/media/files/emea/portugal/research/2017/2017_hostels_report_eng.pdf?la (Accessed 25 October 2019).
16. Hayter, R. and Lines, H. (1999), *Market Your Business: A Guide For Small Hospitality Businesses* Cengage Learning Vocational, 64 p.
17. L.Ren, H. Qiu, C. Ma and P. Lin (2018), Investigating accommodation experience in budget hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 30, Issue: 7.
18. Statista, Leading hostel chains based on number of beds worldwide as of 2017. The Global Statistics Portal. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/821762/leading-hostel-chains-worldwide-by-number-of-beds/> (Accessed 25 October 2019).
19. Lee-Ross, D. and Lashley, C. (2015), *Entrepreneurship & Small Business Management in the Hospitality Industry (Hospitality, Leisure and Tourism)*. 1st Edition Routledge, 306 p.
20. The Blue Swan Daily (2018), Often overlooked hostel industry shows huge upside as investors attempt to appeal to Millennials, available at: <https://blueswandaily.com/often-overlooked-hostel-industry-shows-huge-upside-as-investors-attempt-to-appeal-to-millennials/> (Accessed 25 October 2019).
21. Or, M. (2014), *Star Quality Hospitality: The Key to a Successful Hospitality Business*. Rethink Press Limited.
22. Skift.com. Daily News and Insights (2018) *The Big-Money Reinvention of the Humble Hostel: A Skift Deep Dive*, available at: <https://skift.com/2018/11/12/the-big-money-reinvention-of-the-humble-hostel-a-skift-deep-dive/> (Accessed 25 October 2019).
23. Hostelworldgroup (2018), Report: Millennial travelers are fueling a hostel revolution, available at: http://www.hostelworldgroup.com/~/_media/Files/H/Hostelworld/press-release/PCW%20draft%20release_CV_LaunchSquad_V7.pdf (Accessed 25 October 2019).
24. Walker, John R. (2016), *Introduction to Hospitality Management*. Pearson; 5 edition. 784 p.
25. Walsh C. and D. Quinby (2018), *The Global Hostel Marketplace 2016-2020: Second Edition*. Phocuswright, 35 p.

Стаття надійшла до редакції 25 листопада 2019 р.