

Література.

1. Котлер Филип. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, 1999. – 315 с.
2. Морозов Ю. Основи маркетингу / Ю. Морозов, 2001. – 156 с.
3. Ассель Г. Маркетинг: принципи і стратегії / Г. Ассель. – М. : 2000. – 712 с.
4. Беляєвський І.К. Маркетингові дослідження: інформація, аналіз, прогноз / І.К. Беляєвський. – М., 2001. – 214 с.

**АПАРТ ГОТЕЛІ ЯК ОСОБЛИВИЙ СЕГМЕНТ
ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ**

Аксьонов Є.Д., студент

Науковий керівник: Андренко І.Б., к.е.н., доцент

*Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

Сьогодні, коли конкуренція на ринку готельних послуг постійно зростає, багато підприємців шукають нові шляхи розвитку для свого бізнесу. Зокрема, одним з найбільш перспективних напрямів готельної індустрії вважаються саме апарт-готелі.

Національними стандартами ДСТУ 4268:2003 і ДСТУ 4269:2003 було запроваджено декілька типів готельних підприємств: «готелі квартирного типу», «мотелі», «дорожні готелі», «клуби з проживанням», «готелі у пристосованих транспортних засобах»; серед аналогічних готелям закладів розміщення знайшли відображення такі, як «пансіонати», «будинки відпочинку», «туристичні бази» [1, 2], однак дефініцій усіх цих засобів розміщення наведено не було. Наступним кроком в упорядкуванні термінології підприємств готельного типу було прийняття ДСТУ 4527:2006, згідно з яким в Україні стандартизовано 15 типів готелів: «агроготель», «акватель», «апарт-готель», «ботель», «готельно-офісний центр», «клуб-готель», «конгрес-готель», «курортний готель», «мотель», «готель-люкс», «готель-резиденція», «палац-готель», «санаторій», «флотель», «хостел» [3].

Апартамент-готель (апарт-готель) – готель, у якому номерний фонд представлений житловими кімнатами, у складі яких є кухня або функціональна зона з умовами для самостійного готування їжі, гість може користуватись усіма послугами готелю: обслуговуванням у номері, можливістю снідати в ресторані готелю, користуватись фітнес-центром та SPA [4].

Як правило, за кордоном апарт-готелі розміщуються на верхніх поверхах готельних і багатофункціональних комплексів, розташованих у престижних районах. Такі апарт-готелі часто називають кондо-готелями або готелями-кондомініумами. На перших поверхах розміщені хол з ресепшн, ресторани, спа- і фітнес-центри, басейни та інші елементи інфраструктури. Нижні поверхи займають готельні номери, а найвищі – приватні готельні апартаменти. Такий вид кондо-готелів популярний не тільки в європейських країнах: вони зустрічаються і в Об'єднаних Арабських Еміратах, в США, Канаді, Панамі та багатьох країнах Латинської Америки. Для управління кондо-готелями часто запрошуються відомі оператори п'ятизіркових готельних мереж, таких як Marriot, Kempinski, Ritz-Carlton, Sheraton [4].

Серед відомих світових брендів, які пропонують сьогодні послуги апарт-готелів: французька мережа MaMaison, бренд Staybridge Suites від готельної коропрації InterContinental Hotels Group, мережа апарт-готелів Adagio від Accor. Пропозиція апарт-готелів мають більшість готельних корпорацій від Hyatt до Hilton [4].

Однак апарт-готелі можуть представляти собою 3-4-поверхові будинки з п'ятьох-шістьох апартаментів і стійкою ресепшн на першому поверсі. Як правило, категорія їх обмежується двома-трьома зірками. Розміщуватися такий готель може у мегаполісі або в невеликому містечку, або ж у сільській місцевості, але це неодмінно повинен бути епіцентр туризму, інакше володіння апартаментами втрачає інвестиційну привабливість.

У наш час проживанню у апарт-готелі віддають перевагу не лише зірки шоу-бізнесу, але й корпоративні клієнти, які приїжджають до міста на тривалий термін; бізнесмени; туристи, які подорожують з дітьми або друзями; молодята, чиє прагнення до усамітнення такий формат забезпечує.

Головна перевага апарт-готелів полягає в дотриманні балансу між особистою свободою гостей і, достатнім для забезпечення їх комфортного перебування, рівнем сервісу і безпеки. Деякі постояльці апарт-готелів живуть в них навіть роками, так як в апартаментах створені практично домашні умови. З інших переваг можна відзначити:

- економічність апартаментів (оскільки оплачується вартість апартаментів, а не кількість проживаючих, номер більшої площі обходиться дешевше, ніж номер у готелі аналогічного рівня, і дозволяє не бронювати додатковий номер для дітей);

- більш високий ступінь незалежності гостей (вони не прив'язані до розкладу сніданків, обідів і вечерь, можуть готувати їжу в своїх апартаментах або користуватися послугами ресторану; мають можливість запрошувати гостей і повертатися в будь-який зручний для них час);

- апартаменти в апарт-готелі, як правило, істотно більші за площею, ніж номери в звичайному готелі;

- апарт-готелі більш зручні для розміщення при довгостроковому проживанні.

Тому нове будівництво такого типу готелів є актуальною проблемою сучасності.

Література.

1. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, N 2-3, ст.11). – Режим доступу <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>.

2. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Класифікація готелів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws>

3. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Терміни та визначення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws>

4. Драчук Г. Є. Апарт-готелі– перспективний напрям готельної індустрії. // Perspective innovations in science, education, production and transport '2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sworld.education/index.php/ru/conference/the-content-of-conferences/archives-of-individual-conferences/dec-2014/>

СУТНІСТЬ КЛЮЧОВИХ ПОНЯТЬ ЗАГАЛЬНОГО ВИЗНАЧЕННЯ «ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ БІЗНЕСУ»

Брусенцева М.В., аспірантка

Науковий керівник: Шинкаренко В.Г., д.е.н., професор

Харківський національний автомобільно - дорожній університет

Зараз, в українській економіці, підприємства намагаються максимізувати свої прибутки за рахунок ефективної маркетингової діяльності та оптимального стратегічного управління. Зокрема,