

УДК 338.488.2-6:640.4
DOI 10.30970/vir.2018.45.0.9390

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ У СВІТІ ТА УКРАЇНІ

Любомир Безручко, Юрій Жук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, Україна, 79000, тел. (032) 239-46-03,
e-mail: lybko1984@gmail.com; yuriy.zhuk@lnu.edu.ua*

Мета статті полягає у дослідженні особливостей розвитку готельних мереж у світі та Україні. Зокрема, досліджено тенденції функціонування готельних ланцюгів у розвинутих країнах світу та здійснено порівняльний аналіз із особливостями розвитку готельних корпорацій на території України.

Методика. У процесі дослідження використано методи порівняння, статистичні, експертних оцінок, аналізу, синтезу, дедукції, індукції, літературний, описовий та інші.

Головні результати дослідження. Досліджено особливості розвитку готельних мереж у світі та окремих країнах. Визначено сучасні тенденції функціонування готельних корпорацій та визначено перспективи їх подальшого розвитку.

Проаналізовано тенденції функціонування міжнародних та національних готельних мереж на території України. Визначено основні перешкоди ефективному розвитку міжнародних готельних корпорацій у межах країни. Досліджено переваги національних готельних ланцюгів та визначено напрями подальшого розвитку готельних мереж в Україні.

Ключові слова: готельна мережа; національний готельний ланцюг; готельний бренд; сегмент ринку готельних послуг.

Глобалізація міжнародної економіки знайшла своє відображення і у туризмі. Адже, сьогодні інтенсивно розвиваються транснаціональні туристичні компанії, міжнародні готельні та ресторани мережі, що сприяє ефективному розвитку сфери послуг. Процес поглинання незалежних підприємств потужними коопераціями набув все більшого розвитку не оминувши і готельне господарство.

Попри інтенсивний розвиток готельних мереж їх територіальний розподіл є нерівномірним. Здебільшого вони представлені в економічно розвинутих країнах, що пояснюється більшою прибутковістю та легкістю ведення бізнесу. Натомість, на територію України готельні мережі тільки почали входження.

Дослідженню готельних ланцюгів приділяється увага низки науковців, серед них: Р. Браймер, Ф. Котлер, Дж. Уокер, М. Бойко, Х. Роглев, М. Мальська, І. Пандяк, О. Басюк та інші. Вказані дослідження присвячені особливостям функціонування готельних мереж, проблемам подальшого їх розвитку та процесу глобалізації готельного господарства.

Дослідження готельних ланцюгів в Україні носить епізодичний характер, що пояснюється відсутністю інформації та постійною динамікою у готельному

господарстві країни. Серед таких досліджень варто виокремити праці С. Мельниченко, М. Зінковоської, С. Вадовського та інших.

Отже, готельний ланцюг – це група готелів, які мають спільне керівництво, єдину концепцію просування продукту та торговий бренд. Основними цілями створення готельного ланцюга є посилення конкурентоспроможності готелю; зменшення витрат завдяки створення єдиних підрозділів обслуговування; формування єдиного загальновідомого бренду [7].

Феномен розвитку готельних ланцюгів пояснюється значними їх перевагами перед незалежними готелями, а саме:

- скупчення інвестицій, які використовуються для оптимізації ланцюга;
- єдині стандарти послуг, що виробляє у споживача розуміння однієї якості у різних підприємствах мережі;
- здешевлення функціонування, завдяки гуртовій закупівлі товарів та послуг;
- розробка маркетингових стратегій формування та просування своїх послуг на різних ринках;
- формування численних брендів, які зорієнтовані на різні сегменти ринку;
- гнучка цінова політика, що проявляється у різноманітних знижках та програмах лояльності;
- залучення кваліфікованого персоналу завдяки кращим умовам праці, а також системі підвищення кваліфікації;
- централізація функціональних процесів, які здійснюються у підпорядкованих підприємствах [2; 3].

Окрім чисельних переваг, готельні мережі мають і певні недоліки у порівнянні із незалежними готелями:

- стандартизованість підходу, що не може задовольнити потреби усіх споживачів готельних послуг;
- втрата гнучкості за рахунок глобальності;
- втрата індивідуальності окремого готельного підприємства;
- часте встановлення цін та особливостей діяльності готельного підприємства без врахування соціально-економічної специфіки території розташування готелю, враховуючи тільки стандарти ланцюга;
- взаємозалежність готельних підприємств учасників консорціуму тощо [7].

Попри вказані недоліки готельні ланцюги сьогодні є домінуючими у готельному господарстві світу. Так відсоток їх представленості у розвинутих країнах коливається в межах 30–70 % від усіх наявних готелів. Найбільше вони представлені у країні їх походження – США (70 %) [4]. Зокрема, найбільш представленим, станом на 2015 р., був бренд Holiday Inn Express (ланцюг Inter Continental Hotels Group), який об'єднав 1931 готель. Проте, найбільшим (за кількістю готелів) готельним ланцюгом країни є Wyndham Hotel Group [5]. Загалом у США переважають національні готельні мережі, що пояснюється домінуванням цієї країни у світовому розвитку готельного господарства.

Частка готельних ланцюгів у готельному господарстві країн Євросоюзу є значно нижчою у порівнянні із США. Зокрема, найбільше готельні мережі

представлені у Франції – 3 819 готелів (21 % від усіх готелів), Великобританії – 3 538 (8,5 %), Німеччині – 1 944 (9,7 %), Італії – 1 491 (4,2 %). Суттєві диспропорції у вказаних країнах спостерігаються і за домінуючими готельними мережами. У Франції лідерами за кількістю готелів є національні оператори Accor Hotels (1603) та Louvre Hotels Group (820), а американський ланцюг Best Western (288) займає третю позицію [8]. Така ситуація, як і у США, пояснюється добрим розвитком готельного господарства країни.

У Німеччині лідируючі позиції за міжнародними ланцюгами Accor Hotels (357 готелів), Best Western (183), Wyndham Hotel Group (96), а національний ланцюг Deutsche Hospitality (74) лише на четвертій позиції [8]. Інтенсивне входження міжнародних готельних мереж в економіку Німеччини пояснюється протекцією США у післявоєнний період, а також вдалим входженням на ринок підприємств сусідньої Франції.

В Італії основними представниками готельних ланцюгів є міжнародні корпорації Best Western (164), Accor Hotels (77), NH Hotel Group (52) та Marriot International (46), що пояснюється такими ж факторами, як і у випадку з Німеччиною.

Вдала політика протекціонізму власних готельних мереж спостерігається у Великобританії. Як наслідок, лідерами у готельному господарстві країни стали національні мережі Whitbread (736), Travelodge (532) та Inter Continental Hotels Group (320) [8]. Домінуючі позиції британських готельних мереж підтверджує і представлення ланцюга Inter Continental Hotels Group у більшості країн світу, в тому числі, і добре освоєння готельного ринку США.

Загалом вдалий розвиток національних мереж розвинутих країн дозволив активізувати міжнародну представленість різних готельних ланцюгів (таблиця 1).

Загалом, найбільшим готельним ланцюгом за кількістю готелів був Wyndham Worldwide, проте, за кількістю номерів, а також за представленістю у різних країнах світу домінував Marriot International. Таку ситуацію пов'язують із злиттям цієї корпорації з компанією Starwood Hotels and Resorts Worldwide у 2016 році.

Таблиця 1

Найбільші готельні ланцюги світу станом на 2017 р [13; 14]

Назва ланцюга (країна де знаходиться штаб-квартира)	Кількість готелів	Кількість кімнат	Представленість у країнах	Кількість брендів
Wyndham Worldwide (США)	8145	708545	78	19
Choice Hotels (США)	6557	500000	40	11
Marriot International (США)	6200	1200000	125	30
Inter Continental Hotels Group	5272	785544	100	12

(Великобританія)				
Hilton Worldwide (США)	5100	837692	103	14
Best Western Hotels (США)	3651	295878	101	12
Accor Hotels (Франція)	3400	597132	92	17
Jin Jiang International (Китай)	3090	890000	68	4
Home Inns (Китай)	3000	296075	20	4
G6 Hospitality (США)	1450	100000	2	2

За поширеністю у різних країнах світу, лідерські позиції займають також Hilton Worldwide, Best Western Hotels та Inter Continental Hotels Group, які представлені в більше ніж 100 країнах.

Феноменом інтенсивного розвитку готельних мереж став Китай. Протягом нетривалого періоду існування готельні ланцюги Jin Jiang International та Home Inns вийшли у лідерські позиції серед міжнародних корпорацій. Попри низьку представленість цих компаній у світі, сьогодні вони декларують, бажання придбати національні готельні мережі країн Європи та Америки.

Діяльність світових готельних ланцюгів вказує на подальші перспективи їх розвитку. Можна спрогнозувати розширення представленості світових лідерів у більшій кількості країн, а також збільшення кількості брендів під одним ланцюгом, що пояснюється потребою охоплення різних сегментів ринку. Прогнозується також посилення позицій Китаю на ринку світового готельного господарства. Зокрема, домінування китайських компаній не тільки в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, але і вихід на Європейський готельний ринок.

Деякі інші тенденції простежуються у готельному господарстві України. Сьогодні, частка готельних ланцюгів у готельному ринку країни становить близько 2 %, що є дуже низьким показником [4]. Аналіз готельних мереж, вказує на суттєве переважає національних, що пояснюється низкою факторів, серед яких: економічна відсталість країни; низька платоспроможність потенційних клієнтів; недосконалість нормативно-правової та фіскальної системи країни; нестабільність суспільно-військової ситуації тощо.

Серед міжнародних готельних мереж найбільш представленими в Україні є Rezidor Hotel Group та Accor. Світові мережі входять на український готельний ринок з обережністю, тому, в основному, вони представлені одним – двома готелями (таблиця 2).

Найбільша кількість готелів, що входять до міжнародних мереж, представлена в Києві (9 готелів). Інтерес для міжнародних готельних мереж становлять ділові та відпочинкові центри України: м. Запоріжжя, м. Львів, м. Трускавець та ТРК Буковель. Серед особливостей розвитку міжнародних готельних мереж в Україні варто вказати і те, що першочергово відкривались 4-х та 5-ти зіркові готелі в потужних ділових та туристичних центрах, натомість

сьогодні на український ринок виходять бюджетні (3-х зіркові) бренди Ibis та Ramada.

На входження міжнародних готельних мереж негативний вплив має також агресивна військова кампанія Російської Федерації. Зокрема, внаслідок анексії АР Крим, були втрачені 2 готелі мережі Rezidor Hotel Group в м. Алушта та готель мережі Best Western в м. Севастополі. Через військові дії на Донбасі із м. Донецька вийшов міжнародний ланцюг Rezidor Hotel Group. Така ситуація ще більше ускладнила перспективи входження міжнародних готельних мереж в українську економіку.

Таблиця 2

Міжнародні готельні ланцюги в Україні [1; 4; 9–12]

Готельна мережа	Бренд	Готель	Місто	Кількість номерів
Rezidor Hotel Group (Бельгія)	Redisson Blu Hotels & Resorts	Redisson Blu Hotel 5*	Київ	255
		Redisson Blu Hotel Podil 4*	Київ	164
		Redisson Blu Resorts 4*	Буковель	252
	Park Inn	Park Inn by Redisson 4*	Київ	196
Global Hyatt Corporation (США)	Hyatt Regency	Hyatt Regency 5*	Київ	234
Rixos (Туреччина)	Rixos Hotels	Rixos Hotel 5*	Трускавець	370
Intercontinental Hotel Group (Великобританія)	Intercontinental Hotel Group	Intercontinental Hotel 5*	Київ	272
Accor (Франція)	Ibis	Ibis 3*	Київ	212
	Ibis Styles	Ibis Styles 3*	Львів	77
	Fairmont	Fairmont Grand Hotel 5*	Київ	258
Hilton (США)	Hilton	Hilton Hotel 5*	Київ	262
Wyndham Worldwide (США)	Ramada Worldwide	Ramada Lviv 3*	Львів	103
		Ramada Encore 4*	Київ	264
Marriott (США)	Four Points by Sheraton	Four Points by Sheraton 4*	Запоріжжя	164

Попри негативні приклади, протягом останніх років на український ринок вийшли світові лідери готельного бізнесу, серед яких Wyndham Worldwide та Marriott. Також, сьогодні численними незалежними готелями ведуться перемовини про входження до міжнародних готельних ланцюгів.

В умовах низької представленості міжнародних готельних мереж активізувались національні компанії. Феномен розвитку національних готельних ланцюгів пояснюється їх кращим пристосуванням під потреби українського ринку, а також значно нижчою вартістю готельних послуг у порівнянні із представниками міжнародних корпорацій. Серед внутрішніх ланцюгів лідируючі позиції займають: Premier International, Reikartz Hospitality Group та Royal Hospitality Group.

Єдиним готельним ланцюгом країни, який представлений різними брендами є Reikartz Hospitality Group, що об'єднує 35 готелів. Зокрема, під брендом ділових готелів Reikartz Hotels & Resorts функціонує 23 готелі, які рівномірно розташовані по всій території України. Готелі цього бренду забезпечують сегмент 4-х зіркових засобів розміщення, що є найбільш затребуваними на ринку готельних послуг країни. Більш бюджетні бренди «Раціотель» та Optima Hotel включають по 5 готелів. Найменше представленими (всього 2 готелі) у мережі є курортні готелі, які об'єднані брендом «Віта Парк». Позитивом розвитку цієї мережі є її вихід на міжнародний ринок, адже, сьогодні вона володіє трьома готелями в Німеччині, двома в Швеції та одним в Казахстані [10].

Серед вузькоспеціалізованих національних брендів відмітимо Premier Hotel, який об'єднує 15 готелів 4-х зіркового рівня, сконцентрованих у обласних центрах України. Мережею вищого класу є Royal Hospitality Group, що включає 8 готелів у м. Київ, м. Трускавець та ТРК Буковель.

Окрім загальновідомих національних мереж, появляються і нові ланцюги. Зокрема, нещодавно у Львівській області почала функціонувати мережа «Джем», що об'єднала чотири 3-х зіркових готелів у м. Львів, м. Трускавець та с. Раковець. Вказана мережа функціонує на умові «контракту на управління», що не є популярним в Україні.

Проведений аналіз готельних мереж України дає підстави передбачити наступні тенденції:

- поява в Україні світових та національних брендів економ класу (2–3 зірки);
- подальше домінування національних мереж над міжнародними ланцюгами;
- вихід національних мереж на світовий рівень;
- входження на український готельний ринок азійських корпорацій (в основному китайських);
- подальший нерівномірний територіальний розподіл підприємств, що входять у ланцюги (більша концентрація в Західних областях, що диктується військовою ситуацією на сході);

- розширення переліку брендів, які об'єднують національні готельні мережі, що дозволить охопити більші частини ринку готельних послуг тощо.

Отже, аналіз функціонування готельних мереж у світі та Україні вказує на активізацію діяльності цих корпорацій. Зокрема, у світі виділились країни-лідери за розвитком міжнародних готельних мереж: США, Франція, Великобританія та Китай. Частка підприємств готельних ланцюгів у цих країнах досягає до 70 % від усього готельного господарства. Натомість в Україні готельні ланцюги освоїли тільки 2 % від усієї кількості готелів. Проте, спостерігається поступове входження світових готельних мереж на ринок України, хоча і національні корпорації є домінуючими.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аккорд Готелі [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.accord-hotels.com.ua/>.
2. *Аль-Робаи Ааливи С.* Карар. Развитие международных гостиничных сетей [Електронний ресурс] : Журнал международного права и международных отношений – 2012. – №2. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/karar.htm.
3. *Басюк О.В.* Аналіз світового досвіду функціонування готельних ланцюгів [Електронний ресурс] : Журнал Глобальні та національні проблеми економіки – 2015. – № 5. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-5-2015/13-vipusk-5-traven-2015-r/746-basyuk-o-v-analiz-svitovogo-dosvidu-funktsionuvannya-gotelnikh-lantsyugiv>.
4. *Зінковська М.Л.* Розвиток національних та міжнародних готельних мереж в Україні / М.Л. Зінковська // Управління розвитком. – №21(161), 2013 – С. 140–143.
5. Кількість готельних ланцюгів в США [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.statista.com/statistics/245752/number-of-hotels-of-hotel-brands-in-the-us/>.
6. *Мальська М. П.* Готельний бізнес: теорія та практика / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 381 с.
7. *Мальська М. П.* Готельні ланцюги світу: сучасний стан та перспективи розвитку / М.П. Мальська, Л.С. Безручко // Туристичні послуги на світовому ринку як фактор розвитку міжнародного туризму» : зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛІЕТ, 2018. – С. 283–290.
8. *Horwath HTL* European Hotels & Chains Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://horwathhtl.pl/files/2017/05/Horwath-HTL_European-Hotels-Chains-Report-2017.pdf.
9. Hyatt Regency Kiev [Electronic resource]. – Access mode : <http://kiev.regency.hyatt.com/hyatt/hotels/index.jsp?null/>.
10. Radisson Blu Hotels & Resorts [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.radissonblu.com/>.
11. Reikartz Hospitality Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://reikartz.com/uk/hotels/>.
12. Rixos Hotel Prikarpatye [Electronic resource]. – Access mode : <http://rixos.com.ua/>.
13. The Best Hotel Loyalty Programs in the World [Electronic resource]. – Access mode : <https://thepointsguy.com/guide/best-hotel-loyalty-programs>.
14. The Largest Hotel Chains in the World [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.worldatlas.com/articles/the-largest-hotel-chains-in-the-world.html>.

Стаття надійшла до редколегії 10.06.2018

Прийнята до друку 01.09.2018

CURRENT STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL NETWORKS IN THE WORLD AND IN UKRAINE**Lubomyr Bezruchko, Yuriy Zhuk**

*Ivan Franko National University of Lviv,
1, Universytetska Str., Lviv, Ukraine, 79000,
e-mail: lybko1984@gmail.com; yuriy.zhuk@lnu.edu.ua*

The aim of the article is the studying of the peculiarities of hotel chains development in the world and in Ukraine. In particular, the tendencies of functioning of hotel chains in the developed countries of the world were investigated and a comparative analysis with features of the development of the hotel corporations on the territory of Ukraine was considered.

Methods. Methods of comparison, statistical methods, methods of the expert evaluations, analysis, synthesis, deduction, induction, literary, descriptive, and others methods were used in the process of the research.

Main results of the research. The features of the development of the hotel chains in the world and individual countries were investigated. The modern tendencies of the functioning of the hotel corporations were considered and prospects of their further development were determined.

An analysis of the functioning of the hotel chains in the world and in Ukraine indicates the activation of the activities of the international corporations. The leading countries in the development of the international hotel chains are: USA, France, Great Britain and China. In contrast, in Ukraine, only 2 % of all hotels have been used by the hotel chains. However, there is a gradual entering of world the hotel chains into the Ukrainian market. Although national corporations are still on the dominant positions.

The tendencies of the functioning of the international and the national hotel chains on the territory of Ukraine were analyzed. The main obstacles to the effective development of the international hotel corporations within the country were determined. The advantages of the national hotel chains were explored and the directions of the further development of the hotel chains in Ukraine were determined.

Key words: hotel network; national hotel chain; hotel brand; segment of the hotel services market.