

УДК 338.488

Проданчук М.В.¹, Транченко Л.В.²

¹ студент, Уманський національний університет, м. Умань

² д-р. екон. наук, професор, Уманський національний університет, м. Умань

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ПРИКЛАД

Сучасний розвиток світової економіки характеризується процесами глобалізації та концентрації, що проявляється також у готельному бізнесі. Значна частина підприємств об'єднується у великі корпорації та готельні мережі, що забезпечує доступ до додаткових ресурсів, спільного маркетингу й ефективнішої підготовки кадрів. Така інтеграція не обмежує юридичну самостійність підприємств, проте створює умови для зростання конкурентоспроможності та стійкості на ринку [1].

На міжнародному рівні сформувалися два основні формати готельних

мереж: інтегровані ланцюги, які складаються з однотипних об'єктів, та консорціуми, що об'єднують незалежні готелі. Важливою моделлю співпраці виступає франчайзинг, коли компанія-франчайзер передає франчайзі право користуватися брендом, маркетинговими інструментами й системами бронювання. При цьому франчайзі зобов'язаний підтримувати стандарти обслуговування та здійснювати регулярні відрахування. Подібна практика дозволяє швидко масштабувати бізнес. У Франції завдяки франчайзинговій моделі активно розвиваються одно- та двозіркові мережі («Arcade», «Ibis», «Balladan», «Formule 1»), тоді як у США її застосовують великі компанії, зокрема «Holiday Inn Worldwide» та «Radisson» [2].

З іншого боку, незалежні готелі, щоб залишатися конкурентними, часто створюють консорціуми. Це дає змогу спільно користуватися системами бронювання, проводити колективні рекламні кампанії та підтримувати стандарти якості. Прикладом є американський ланцюг «Best Western International», який об'єднує тисячі незалежних готелів. У Франції консорціуми займають значну частку ринку: близько 25% готелів країни входять до подібних об'єднань, найбільший серед них – «Le Lodge de France» [1].

Важливим фактором конкурентоспроможності сучасних мереж є доступ до глобальних систем резервування (Global Distribution Systems – GDS), таких як Amadeus, Galileo, Sabre та Worldspan. Для незалежних готелів можливі різні шляхи співпраці з цими платформами: встановлення власних терміналів, укладання угод із посередницькими компаніями або співпраця з туроператорами, що вже мають доступ до GDS.

Формування готельних мереж потребує ретельного відбору об'єктів. Для обґрунтування оптимальних рішень у доборі учасників доцільно використовувати методи математичного моделювання, які дозволяють враховувати невизначеність зовнішнього середовища та оцінювати альтернативи за єдиним критерієм. Це підвищує ефективність управлінських рішень і сприяє підвищенню конкурентоспроможності ланцюгів.

Отже, у сучасних умовах оптимально сформовані готельні мережі мають

суттєві переваги перед поодинокими підприємствами. Вони здатні об'єднувати фінансові, інформаційні й кадрові ресурси, що підвищує їхню стійкість та економічну результативність. Для України важливо врахувати європейський досвід, розробити відповідні законодавчі механізми та забезпечити розвиток систем менеджменту і маркетингу готельних мереж, що дозволить підвищити конкурентоспроможність національного готельного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Sustainable Development of Tourism. UNWTO, 2019. URL: <http://unwto.org>.
2. Аналітика та статистика. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. 2019. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abcdd6&tag=Analitika&isSpecial=true>.