

УДК 640.4:005.591.6:339.13

Джеланов В.С.¹, Мамотенко Д.Ю.²

¹ студ. гр. ГФ-114м, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. екон. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК СТРАТЕГІЧНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У сучасних глобалізованих умовах модель франчайзингу стає одним із ключових стратегічних інструментів розвитку готельної індустрії, оскільки дозволяє поєднувати переваги міжнародних брендів із локальним підприємництвом, гнучкістю управління та масштабуванням без пропорційно високих капіталовкладень. Стратегія франчайзингу задовольняє зростаючий попит на стандартизований досвід перебування гостей, одночасно відкриваючи власникам локальних готелів доступ до систем дистрибуції, глобального маркетингу та операційної підтримки. Згідно з даними дослідження, світовий ринок готельних франшиз у 2024 році був оцінений в 38,3 млрд USD і прогнозується досягнення 54,8 млрд USD до 2030 року зі CAGR 6,2 % [1]. Ця статистика підтверджує, що франчайзинг утверджується як життєздатна бізнес-модель у готельному секторі, особливо в умовах зростання міжнародної мобільності, розвитку технологій і стандартизації сервісу.

Розвиток франчайзингу невіддільно пов'язаний із тенденцією до зростання інвестицій у готельний сектор: за прогнозом компанії JLL, обсяг глобальних інвестицій у готельну індустрію у 2025 році може зрости до 25 % порівняно з 2024 роком, що створює сприятливий фінансовий контекст для масштабування франчайзингових моделей і розширення мереж брендів [2]. У цьому середовищі оператори готелів і власники активів все частіше обирають франчайзинг як шлях

до зменшення операційних ризиків, оптимізації капіталу і підвищення ліквідності активів. Дослідження також показують, що моделі управління без права власності (management contracts, франчайзинг) демонструють вищу економічну ефективність порівняно з чисто власницькими моделями, що підтверджує переваги франчайзингового підходу для локальних готельних операторів.

Ключовими можливостями франчайзингової моделі є забезпечення швидкого виходу на ринки, скорочення витрат на маркетинг і розподіл ризиків за рахунок присутності міжнародного бренду, а також можливість локальним підприємцям використати перевірену бізнес-модель. Крім того, бренди отримують можливість масштабування в рамках стратегії «asset-light», що дозволяє їм нарощувати кількість об'єктів без великих капіталовкладень у власність. Наприклад, компанія Choice Hotels International активно розвиває франчайзингову модель у регіоні EMEA: у 2025 році вона відкрила понад 30 об'єктів через франчайзинг і має pipeline більш ніж 11 000 номерів, демонструючи зростання більш ніж на 95 % у міжнародному сегменті [3]. Унікальною особливістю франчайзингу є також адаптація до локальних умов – бренди все частіше формують гнучкі умови для франчайзі, враховують регіональні специфіки, культурні відмінності, юридичні рамки, що підвищує життєздатність моделі в глобальному контексті.

Проте реалізація франчайзингу як стратегічної моделі розвитку потребує врахування певних викликів. Серед них – забезпечення відповідності стандартам бренду на локальному рівні, стабільність і уніфікованість якості сервісу, управління ризиками репутації, а також адаптація до різних правових і регуляторних рамок у різних країнах. В умовах нестабільності валютних курсів, високих ставок фінансування та загострення конкуренції регіональні оператори можуть стикатися з підвищеними ризиками. Більш того, франчайзинг-модель потребує системи контролю і навчання для франчайзі, що забезпечує дотримання міжнародних стандартів, інвестування в технології, дотримання умов бренд-угоди та ефективне управління.

З точки зору функціонального управління, франчайзинг стимулює впровадження цифрових платформ, інтеграцію PMS/CRS систем, мобільних додатків і систем лояльності, що відповідає сучасним очікуванням гостей та підвищує ефективність операцій [4]. Згідно з дослідженням, близько 47 % гостей віддають перевагу стандартизованому сервісу великих мереж, а понад 63 % бронювань здійснюються онлайн, що створює додаткову перевагу для брендів-франчайзингодавців [5]. Таким чином, франчайзинг служить механізмом технологічної трансформації готельного бізнесу, сприяє підвищенню операційної ефективності, швидкому реагуванню на тренди та диференціації на ринку.

У контексті глобалізації стратегічна модель франчайзингу дозволяє готельним мережам розширювати свою присутність у нових регіонах із меншими ризиками капіталовкладень. Вона стає основою міжнародної стратегії брендів, які намагаються охопити ринки Південно-Східної Азії, Африки, Латинської Америки, де попит на готельні послуги зростає. У багатьох випадках франчайзинг виступає інструментом для «конверсії» незалежних готелів у брендovanі об'єкти, що дозволяє їм отримати доступ до глобальної системи резервування, програм лояльності, маркетингових ресурсів та інвестиційної підтримки. Таким чином, франчайзинг сприяє глобальній інтеграції готельного бізнесу та адаптації моделей до локальних контекстів.

Таким чином, франчайзинг як стратегічна модель розвитку готельної індустрії в умовах глобалізації має великий потенціал і низку переваг – підвищення масштабованості бізнесу, швидкість входу на ринки, зниження ризиків, доступ до технологій і брендів. Водночас, для досягнення успіху необхідна чітка система контролю якості, адаптація до місцевого середовища, інвестиції в технології та навчання персоналу. З огляду на прогнози-зростання ринку франшиз, стратегічна орієнтація на франчайзинг може стати ключовим фактором сталого розвитку готельної індустрії в глобальному масштабі.

Список використаних джерел:

1. Global Industry Analysts. Hotel Franchises. Global Hotel Franchises Market to Reach US\$54.8 Billion by 2030. Published June 1 2025. URL: <https://www.marketresearch.com/Global-Industry-Analysts-v1039/Hotel-Franchises-41404434/> (date of access: 27.10.2025).
2. JLL. Global Hotel Investment Outlook 2025. URL: <https://www.jll.de/en/trends-and-insights/research/2025-global-hotel-investment-outlook> (date of access: 27.10.2025).
3. Hospitality Investor. Choice Hotels leads EMEA franchise momentum in 2025. June 23 2025. URL: <https://www.hospitalityinvestor.com/sponsored/choice-hotels-leads-emea-franchise-momentum-2025> (date of access: 27.10.2025).
4. Financial Assurance for Tourism Development and Its Impact on the Economy of European Countries / T. But et al. *Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies*. Cham, 2025. P. 63–80. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-81557-7_4 (date of access: 25.10.2025).
5. Global Growth Insights. Hotel Chains Market Growth & Forecast to 2033. URL: <https://www.globalgrowthinsights.com/market-reports/hotel-chains-market-114408> (date of access: 27.10.2025).