

## ГОТЕЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ ТА ЇХ РОЗВИТОК В УКРАЇНІ

Концепція міжнародного готельного ланцюга у формі корпорації виникла в Північній Америці в кінці 50-х років XX століття і полягала у використанні переваг іміджу торгових марок, як маркетингового інструменту, сприяючого просуванню готельного продукту на внутрішньому і зарубіжних ринках. На відміну від Європи, де давньою традицією було поєднання функцій власника і управлінця готелем в одній особі, в Північній Америці, завдяки розвитку концепцій франчайзингу, ці функції розглядалися роздільно. Особливо інтенсивно цей процес упроваджувався в економіку гостинності в 60-х роках минулого століття. На початку 90-х років вплив американських готельних ланцюгів та корпорацій став домінуючим в світі.

Найбільш важливими і привабливими для готельних корпорацій перевагами, які мають окремі країни, є:

- об'єм, швидкість зростання і природа туристичних потоків між приймаючою країною і країною базування готельної корпорації;
- транспорт, системи комунікації і інфраструктура туризму, стадія економічного розвитку (особливо важливо для ділового туризму);
- доступність і якість матеріалів, продуктів та інших необхідних компонент для роботи готелю;
- політика уряду приймаючої країни по відношенню до зовнішніх інвестицій (особливо у сфері туризму і готельного бізнесу);
- політична, економічна і соціальна стабільність приймаючої країни, фізична відстань між приймаючою країною і країною базування.

Центром ООН з питань транснаціональних корпорацій виділені наступні чинники, які здійснюють вплив на вибір місця розташування підприємств транснаціональних компаній, зайнятих в індустрії гостинності – близькість до великих ринків або можливість доступу до них за прийнятними цінами на транспорт, наявність організаційних можливостей адаптувати свої продукти (послуги) так, щоб вони поєднувалися з місцевою інфраструктурою, здатність використати провідних фахівців компанії з розумних витрат на оплату їх праці, доступ до постачальників, які виробляють товари, продукти і устаткування для функціонування готелів.

Сьогодні готельний ринок України є надзвичайно привабливим для інвесторів та міжнародних готельних операторів. Попит на готельні послуги

в нашій країні в декілька разів перевищує пропозицію на ринку. Водночас якість пропонованих послуг залишається на низькому рівні. Слід зазначити, що протягом останніх років було реалізовано лише декілька великих проектів зі спорудження готелів. Однак уже найближчим часом, як прогнозують експерти, відбудеться активний розвиток готельного сектору і освоєння міжнародними операторами українського готельного ринку. Готельні транснаціональні корпорації «поклали око» на український ринок ще наприкінці 1990-х. А на початку XXI ст. дехто з них зробив свої перші кроки на ньому. На готельний ринок України вийшли такі міжнародні бренди, як Radisson, Inter Continental, Accor Group, Hilton, Hyatt International, Marriott International, Rixos, Inter Continental, Continent Hotels & Resort.

В умовах гострої конкуренції з боку інтегрованих готельних ланцюгів, незалежні готелі об'єднуються в готельні консорціуми. Шляхом членства в таких організаціях вони отримують доступ до послуг, який раніше вважався привілеєм інтегрованих готельних ланцюгів, і при цьому залишаються самостійними в правовому і економічному відношеннях.

За оцінками українських фахівців успішність готельного проекту визначається трьома основними чинниками: стандартами і популярністю готельного бренду та управлінського складу, який здійснюватиме менеджмент готелю, якістю проектування і місцерозташуванням готелю. Важливо, щоб проект готелю був розроблений авторитетним архітектурним бюро, що мають напрацьований досвід проектування готельних об'єктів, а управляв готелем оператор зі світовим ім'ям. Причому саме цей оператор і визначає специфікації проекту згідно своїм стандартам. Експерти також указують на важливість наявності значного незадоволеного попиту на готельні номери в тому регіоні, де намічено будівництво готелю.

Готельні мережі, що існують сьогодні в Україні можна поділити на дві групи:

- 1 група – відомі світові бренди;
- 2 група – національні ланцюги.

Таким чином, становлення та поширення міжнародних готельних корпорацій зумовлено розвитком світового ринку готельних послуг і відображає загальну тенденцію до глобалізації економіки. Мережеві форми організації готельного бізнесу поступово займають провідне місце серед різних форм господарюючих систем. Варто відзначити, що сучасні міжнародні готельні корпорації як один із найприбутковіших елементів індустрії туризму та гостинності знаходяться в пошуку оптимальних варіантів ефективного розвитку.