

УДК: 338.48:647.3(100)

Шикіна О.В.

канд. екон. наук, доцент, Одеський національний економічний університет,
м. Одеса

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

До найбільших змін у рейтингу за кількістю готелів у міжнародних готельних мережах можна віднести стрімке укріплення позицій компаній родом з Китаю, вихід компанії Shanghai Jin Jiang на перше місце та Huazhu Group Ltd. (раніше China Lodging Group) на третє місце (див. рис. 1).

Такі лідери ринку, що тримали свій бренд серед найсильніших у готельній індустрії, як InterContinental Hotel Group (IHG), BWH Hotel Group (раніше Best Western), AccorHotels, Choice поступаються позиціями. Готельний ринок є дещо не надто гнучким. Для будівництва та запуску нових готелів потрібно від 3 до 10 років, тобто ми можемо ще не в повній мірі спостерігати вплив пандемії COVID-19. Окреме падіння буде спостерігатися у даних статистики 2023 року через тотальний вихід великих брендів з території країни агресора [1]. Вивчення динаміки рейтингів міжнародних готельних мереж за кількістю об'єктів розміщення дозволяє оцінити конкурентну структуру глобального готельного ринку та виявити довгострокові тенденції в їх стратегічному розвитку [2].

Лідером останнього десятиліття з точки зору кількості готелів стала Shanghai Jin Jiang International Hotel Group Co., яка з 8-го місця у 2014 році

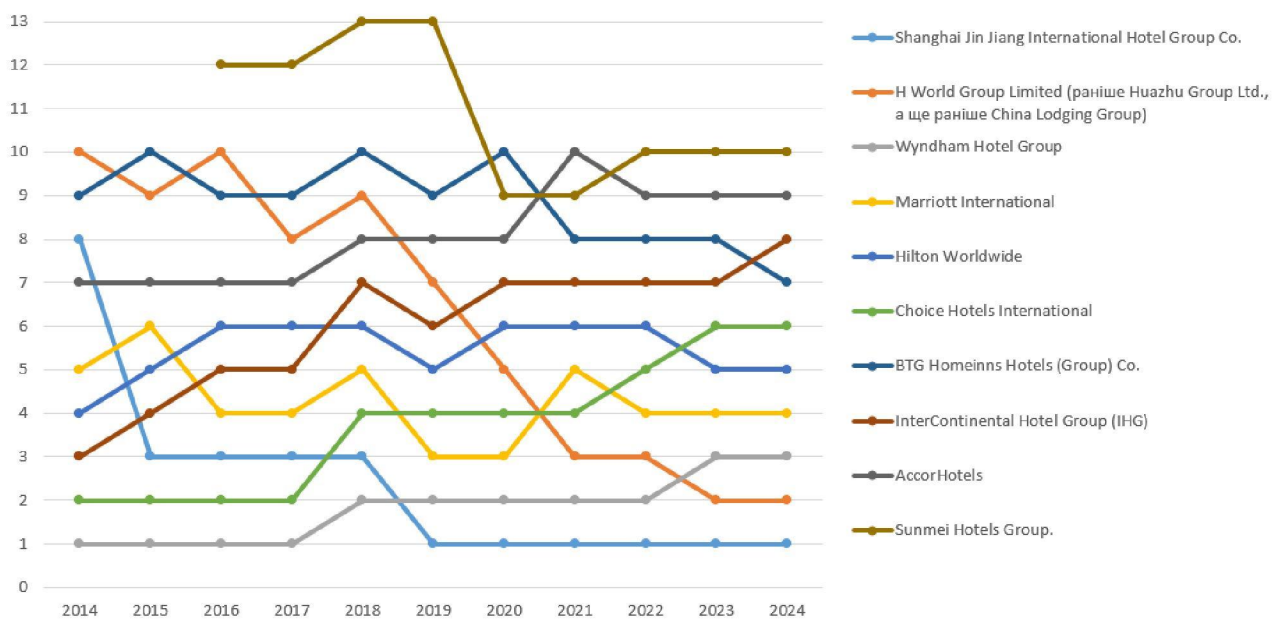


Рис. 1 – Місце ТОП-10 найбільших міжнародних готельних мереж за кількістю готелів за період з 2014-2024 рр.

послідовно піднялась до 1-го вже у 2019 році та утримує цю позицію протягом шести років поспіль (2019-2024). Така динаміка є результатом активної експансії компанії, включаючи злиття й поглинання (зокрема, придбання Louvre Hotels Group та Radisson Hotel Group). Це свідчить про її стратегію агресивного масштабування через придбання брендів, що вже мають операційні потужності в Європі, Азії та Північній Америці.

Іншою мережею з вражаючою динамікою стала H World Group Limited (раніше Huazhu Group Ltd.), яка за аналізований період піднялася з 10-го місця у 2014 році до 2-го у 2023-2024 рр. Її зростання стало можливим завдяки ефективній мультибрендовій стратегії, фокусі на внутрішньому китайському ринку та технологічній оптимізації бізнес-процесів.

Wyndham Hotel Group, яка у 2014-2017 рр. очолювала рейтинг, поступилася лідерством, опустившись на 3-тє місце з 2019 року. Компанія демонструє помірковану динаміку з незначними темпами відкриття нових готелів, зосереджуючи увагу на франчайзинговій моделі.

Marriott International, після злиття з Starwood у 2016 р., закріпилася на 4-5 позиціях. Попри найбільший номерний фонд у світі, її кількість готелів зростає

повільніше, що пов'язано з переважанням готелів високого класу з великою місткістю номерів.

Hilton Worldwide демонструє стабільність, займаючи 5-6 місця протягом усього періоду. Компанія фокусується на поступовому розвитку франчайзингу та оптимізації брендів, зокрема, Hampton by Hilton і Hilton Garden Inn.

Choice Hotels International, яка у 2014-2016 рр. займала друге місце, з часом втратила позиції, опустившись на 6-те у 2023-2024 роках. Це може бути пов'язано з насиченням ринку у бюджетному сегменті, на який орієнтується компанія.

BTG Homeinns Hotels Group та AccorHotels утримують нижні позиції рейтингу, однак демонструють поступове зростання. Зокрема, BTG після злиття з Home Inns зміцнила позиції на китайському ринку. Accor, своєю чергою, активно розширює портфель брендів у різних класах, що дає змогу залишатися у топ-10 попри зростання конкуренції.

InterContinental Hotel Group (IHG) демонструє помірну динаміку, зберігаючи 7-8 позиції. Компанія акцентує увагу на розвитку брендів середнього сегменту, таких як Holiday Inn Express та Holiday Inn.

Цікавою є поява у рейтингу Sunmei Hotels Group, яка починаючи з 2016 року (12 місце) змогла стабілізувати свою присутність у нижній частині топ-10. Компанія активно розвивається в Китаї, фокусуючись на бюджетних готелях.

Основними висновками аналізу динаміки змін міжнародних готельних мереж за кількістю готелів є прояв лідерства китайських мереж підтверджує зміщення центрів зростання готельної індустрії з Заходу на Схід, зокрема на ринок Китаю. Стратегія злиття та поглинання виявилась найефективнішою для швидкого збільшення кількості готелів. Західні компанії (Marriott, Hilton, IHG) переважно зосереджені на якості, а не кількості, що відображено в стабільних, але менш динамічних позиціях. Нова конкуренція у вигляді регіональних гравців (Sunmei, BTG) створює нові виклики для глобальних операторів. Глобальна конкуренція зростає, і ринок поступово переходить до моделі поліцентричності, де кілька потужних регіональних гравців конкурують на рівні з традиційними міжнародними гігантами.

Список використаних джерел:

1. Нєчева Н. В., Шикіна О. В. Місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. 2022. № 9-10 (298-299). С. 131-137. URL: <https://cutt.ly/W8k3hzF>
2. The List of International hotel chains URL: <https://hotelsmag.com/magazine/>