

ГОТЕЛЬНІ МЕРЕЖІ У ГЛОБАЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ HOTEL NETWORKS IN THE GLOBAL HOSPITALITY INDUSTRY

Актуальність дослідження пояснюється тим, що в сучасних умовах глобалізації готельні мережі є ефективною формою ведення готельної індустрії, що знаходиться в жорстких умовах конкурентної боротьби за кожного клієнта і змушена вкрай стрімко реагувати на зовнішні зміни умов господарювання. Метою статті є визначення потенційних можливостей розвитку готельних мереж у глобальній індустрії гостинності з урахуванням сучасних особливостей форм та методів управління ними. Як загальні наукові методи використовуються системний аналіз, а також логічний та історичний методи дослідження. У результаті дослідження отримано такі результати: виявлено, що зміна зовнішнього і внутрішнього політичного й економічного середовища формує нові тенденції на світовому ринку туризму і гостинності; виявлено, що успішність готельних мереж у напрямі розвитку світової індустрії гостинності залежатиме від економіко-організаційних можливостей компанії під час ведення готельного бізнесу, розвиненості внутрішньої інфраструктури сфери гостинності, готовності до трансформаційних змін, що диктує глобалізація.

Ключові слова: тенденції розвитку, світова індустрія гостинності, готельні мережі, сфера гостинності, внутрішня інфраструктура.

Актуальность исследования объясняется тем, что в современных условиях глобализации

гостиничные сети являются эффективной формой ведения гостиничной индустрии, которая находится в жестких условиях конкурентной борьбы за каждого клиента и вынуждена стремительно реагировать на внешние изменения условий хозяйствования. Целью статьи является определение потенциальных возможностей развития гостиничных сетей в глобальной гостиничной индустрии с учетом современных особенностей форм и методов управления ими. В качестве общих научных методов использованы системный анализ, логический и исторический методы исследования. В результате исследования были получены следующие результаты: выявлено, что изменение внешней и внутренней политической и экономической среды формирует новые тенденции на мировом рынке туризма и гостиничной индустрии; выявлено, что успешность гостиничных сетей в направлении развития мировой гостиничной индустрии будет в дальнейшем зависеть от экономико-организационных возможностей компании при ведении гостиничного бизнеса, развитости внутренней инфраструктуры сферы сетевых отельных компаний, готовности к трансформационным изменениям, которые диктует глобализация.

Ключевые слова: тенденции развития, мировая индустрия гостеприимства, гостиничные сети, отельная сфера, внутренняя инфраструктура.

УДК 338

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct60-4>

Самойленко А.О.

к.е.н., докторант
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Samoilenko Alla

Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

The relevance of the study is explained by the fact that in today's globalization hotel chains are an effective form of hotel industry, which is in a tough competition for each customer and is forced to respond very quickly to external changes in business conditions. Hotel business continues to grow in the unstable economic and political situation in the world and in today's pandemic. The growth of tourism around the world is actively expanding the range of hotel services. The subject of the article is the systematization of modern opportunities, forms and management methods of global hotel chains in the context of globalization, which creates further opportunities in the hospitality industry to increase the competitiveness of hotel business modern forms. The aim of the article is to determine the hotel chains potential in the global hospitality industry, taking into account modern features of forms and methods of their management. The object is to study the hotel chains development within the global hotel business. Systematic analysis, as well as logical and historical research methods are used as general scientific methods. As a result of the study, the following results were obtained: it was found that the change of external and internal political and economic environment forms new trends in the tourism world market and hospitality. And the very creation of hotel chains allows the company to gain significant advantages over individual companies by saving on scale; increasing investment opportunities; involvement in world brands; integration of reservation, supply and information systems; constant growth of service quality. It was found that the world hotel industry today has about 400 thousand comfortable hotels with more than 30 million seats. At the same time, the total number of rooms over the past 20 years continues to grow and increases by an average of 3–4% per year, which indicates a stable dynamics of increasing the accommodation number. As a result, it creates a number of benefits for both consumers of hotel services and their owners. The conclusions of the study are that the hotel chains success in the global hospitality industry development will further depend on the economic and organizational capabilities of the company in the hotel business, the development of domestic hospitality infrastructure, readiness for transformational change dictated by globalization.

Key words: development tendencies, world hospitality industry, hotel chains, hospitality sphere, internal infrastructure.

Постановка проблеми. Сучасний готельний бізнес є однією з галузей, що найбільш динамічно і швидко розвивається. На індустрію гостинності припадає 6% світового внутрішнього валового продукту і близько 5% усіх податкових надходжень у світі. Розвиток світових готельних мереж активно стимулює розширення інших галузей і напрямів міжнародної діяльності: міжнародного бізнесу, транспортної індустрії, торгівлі, інформаційних технологій, будівництва, сільського господарства, у сферах краси та здоров'я, виробництва

товарів народного споживання, розвитку технологій у сфері екології безпеки, інноваційній сфері та багатьох інших. Зростання туризму в усьому світі активізує пропозицію готельних послуг, що постає актуальним завданням наукового пошуку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику функціонування та розвитку готельних мереж та світової індустрії гостинності відображено в публікаціях різних науковців. Питання функціонування та розвитку індустрії гостинності та туризму досліджували Т.В. Буряк [1],

О. Ольшанська [2], О. Шикіна [4], А.В. Колодійчук [5], О.В. Басюк [6], Г.В. Довгаль [7] та ін. Проте залишаються актуальними питання систематизації наявних тенденцій розвитку світових готельних мереж в умовах глобалізації світової індустрії гостинності. У зв'язку із цим дослідження сучасних тенденцій розвитку світового готельного бізнесу, зокрема готельних мереж, є досить актуальним, що і становить мету цього дослідження.

Метою дослідження є визначення потенційних можливостей готельних мереж у глобальній індустрії гостинності з урахуванням сучасних особливостей форм та методів управління ними.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світова індустрія гостинності знаходиться на стадії активних глобалізаційних процесів, що впливають на її результативність. Створення готельних мереж почалося з 1920 р. у США. Їх поява пов'язана з автокемпінгами, оскільки більшість жителів США самостійно організувала свої подорожі, та першими мотелями, які пізніше й були об'єднані в мережі [1]. Активний розвиток готельного господарства вимагав стандартизації готельного продукту. Контракт на управління став основою розвитку готельних мереж, що також призвело до появи нових форм конкуренції та підвищення попиту на кваліфікованих готельних управлінців.

Готельна мережа передбачає об'єднання кількох готельних підприємств у колективний бізнес, що проводиться під єдиним керівництвом, у межах єдиної концепції просування продукту і під спільною торговою маркою [4]. Така форма управління готельним підприємством сприяє створенню певних переваг, що дають змогу підприємствам туристичної сфери підвищувати якість туристичного продукту, диверсифікувати готельні послуги в рамках певного сегменту ринку, збільшувати індивідуалізацію обслуговування споживачів.

Світова індустрія гостинності розвивається під дією безлічі чинників, які впливають на формування і розвиток готельних мереж, зокрема [5]:

1) групи стимулюючих чинників, які спонукають готельні підприємства виходити на зовнішні ринки для створення нового готельного продукту;

2) групи заохочувальних чинників, які впливають на процеси іноземного інвестування, корпоративного розвитку, кооперації та спеціалізації готельних мереж.

Індустрія гостинності в умовах глобалізації зазнає величезних змін. Пандемія COVID-19 фокусує виживання бізнесу цієї сфери на короткостроковому періоді, розмиваючи стратегічні тенденції до довгострокової перспективи. До основних світових тенденцій, які все ще змінюють цю галузь, незважаючи на COVID-19, належать [3]:

1) розповсюдження віртуальних спітвораєриств. Соціальні мережі, зокрема TripAdvisor,

чинять вагомий вплив на клієнтів, що призводить до більшої прозорості й у цілому до підвищення якості послуг готельних підприємств, у тому числі і готельних мереж, через відгуки потенційних споживачів;

2) спільна економіка. Зокрема, Airbnb є серйозним проривом у готельній індустрії, розвиваючи конкурентне середовище;

3) онлайн-туристичні агентства (ОТА), які змінили канали збуту та популярність брендів, що належать Booking Holdings і Expedia. Ці компанії практично витіснили готельні бренди і стають монополістами у цій галузі.

Світове готельне господарство сьогодні налічує близько 400 тис. комфортабельних готелів більше ніж на 30 млн місць. При цьому загальна кількість номерів за останні 20 років продовжує зростати і збільшується в середньому на 3–4% на рік, що свідчить про стабільну динаміку збільшення кількості засобів розміщення [7].

Сучасний ринок готельної індустрії представлений різноманітними засобами і формами розміщення, що можуть задовольнити будь-які потреби й забаганки своїх клієнтів: готелі, міжнародні мережі, мотелі, відомчі готелі, пансіонати, санаторії, клубні номери, бутік-готелі, пляжні готелі, гостьові будинки, міні-готелі, хостели, туристичні табори, ботелі, флотелі, бунгало, кемпінги, туристичні бази, приватні будинки і котеджі та багато інших [6].

За даними ВТО, усього в світі налічується 16 млн готелів, причому 20% із них відносяться до готельних мереж, що є найбільш ефективним способом ведення господарства в готельному бізнесі. Лідерами сьогодні є такі гіганти, як англійська компанія InterContinental Hotels Group, яка володіє 3 520 готелями, та американська Cendant Corporation, що має у своєму портфелі 6 513 готелів по всьому світу. За даними American Hotel & Lodging Association (AHLA), зараз у світі існує 300 готельних груп [3]. Лідерами виступають Cendant Corporation (США), Bass Hotels & Resorts (Великобританія), Choice Hotels (США), Best Western (США), Marriott International (США), Starwood Hotels & Resorts (США), Promus Hotel Corporation (США), Accor (Франція), Patriot American Hospitality Inc. (США), Hilton Corporation (США), Carlson Hospitality Group (США) [3].

Для аналізу стану функціонування галузі світового готельного бізнесу та відслідковування її динаміки доцільно виокремити статистичні індикатори щодо функціонування готельних мереж як складової частини міжнародної готельної індустрії за період 2017–2019 рр. (табл. 1). Протягом 2017–2019 рр. міжнародні готельні мережі продовжували нарощувати свої можливості, кількість готелів у світі та номерний фонд також зростали, що свідчить про збільшення прибутків, вартості

Таблиця 1

Зміни в готельному та номерному фондах міжнародних готельних мереж у 2017–2019 рр.

Готельна мережа	2018/2017				2019/2018			
	Готелі		Номери		Готелі		Номери	
	Кількість	Зміна, %	Кількість	Зміна, %	Кількість	Зміна, %	Кількість	Зміна, %
Marriott International (США)	573	9,05	122227	10,23	257	3,72	31164	2,37
Jin Jiang International Holdings Co. Ltd. (Китай)	1921	28,27	261683	38,48	1305	14,97	139436	14,81
Hilton (США)	401	7,59	56847	6,64	425	7,48	58820	6,44
Inter Continental Hotels Group (Великобританія)	255	4,77	38466	4,82	300	5,35	47022	5,62
Wyndham Hotels & Resorts (США)	557	6,44	56739	7,53	80	0,87	21125	2,61
Accor Hotels (Франція)	497	11,60	87625	14,22	256	5,36	35731	5,08
Choice Hotels International (США)	206	3,02	47773	9,16	132	1,88	21789	3,83
Oyo Rooms* (Індія)	-	-	-	-	28256	162,92	538856	104,60
Huazhu Group Ltd. (China Lodging Group) (Китай)	484	12,92	43072	11,34	1388	32,81	114129	27,00
BTG Hotels Group (Китай)	337	9,08	12818	3,33	401	9,90	17391	4,37

*Oyo Rooms – практично невідома міжнародна готельна мережа до 2018 р.

Джерело: складено автором за даними [8]

бренда та капіталу. Такі тенденції демонструють грамотне планування і раціональне використання можливих ресурсів, наявних у готельного підприємства, зокрема матеріально-речових, людських, науково-інформаційних, організаційних, часових, інтелектуальних та ін. Це дає змогу готельному бізнесу в подальшому правильно коригувати свою стратегію і тактику виробничо-господарської діяльності, що призведе до наміченої мети з більш ефективним результатом.

Проте існують і певні негативні явища у функціонуванні міжнародних готельних мереж, оскільки їхня масштабність призводить до ускладнення системи управління. Сучасний стан розвитку форм управління у готельній сфері характеризується одноосібним управлінням на незалежній основі та різними формами корпоративного управління. Серед найбільш поширених у міжнародному досвіді форм управління виділяється управління за контрактом, яке передбачає письмову угоду, що укладається між власником готелю і компанією (або менеджером), які спеціалізуються на управлінні підприємствами такого типу. Перевага цього методу управління зумовлена незначною часткою акціонерного капіталу у загальному фонді [4].

Також важливу роль відіграє і метод управління згідно з договором франчайзингу. Контракт між власником і управляючою компанією найчастіше укладається на термін 5–10 років. Так, корпорація Hilton Hotels управляє 271 готелем із загальним числом номерів, що перевищує 97 тис у більше ніж 219 містах США. Корпорація Holiday Inns управляє більш як 1 600 готельними підприємствами у США, країнах Європи, Азії та Південної Америки [4].

Отже, осучаснення форм і методів управління в готельній індустрії робить даний бізнес привабливим для підприємців із багатьох причин:

- можливістю ефективно працювати в кризових економічних умовах;
- відносно невеликими початковими інвестиціями;
- можливістю максимізувати прибуток за часів економічного зростання;
- зростаючим попитом на туристичні та готельні послуги;
- високим рівнем рентабельності та гнучкості готельних підприємств;
- відносно невеликим терміном окупності витрат;
- проведенням різних заходів світових масштабів (різні змагання спортивного, музичного, наукового і економічного характеру) [7].

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, сьогодні помітні актуальні зміни в пріоритетах різних гравців світової готельної індустрії – від великих учасників до малих готелів і хостелів. Компанії намагаються залучити не лише забезпечених клієнтів, а й пропонують свої послуги клієнтам із середнім достатком. Зміна зовнішнього і внутрішнього політичного й економічного середовища формує нові тенденції на світовому ринку туризму і гостинності. І саме створення готельних мереж дає змогу підприємству отримувати значні переваги перед поодинокими підприємствами за рахунок економії від масштабу, підвищення інвестиційних можливостей, залучення до світових брендів, об'єднання систем бронювання, постачання та інформування, постійного зростання якості обслуговування. У результаті це створює низку переваг як

для споживачів готельних послуг, так і для їхніх власників. Причому головною з таких переваг є отримання туристом максимального комфорту однакового рівня незалежно від країни перебування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Буряк Т.В. Готельні мережі: еволюція та становлення. *Бізнес Інформ*. 2014. № 4. С. 179–183.
2. Ольшанська О. Сучасні світові тенденції розвитку ринку готельних послуг. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2020. № 1. С. 149–150.
3. American Hotel & Lodging Association (AHLA). URL: <https://www.ahla.com>.
4. Шикіна О. Тенденції розвитку європейського ринку готельних послуг. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2019. № 5. С. 216–233.
5. Колодійчук А.В. Готельні мережі як ефективний спосіб ведення бізнесу в індустрії гостинності: світовий досвід. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2016. № 6. С. 54–56.
6. Басюк О.В. Аналіз світового досвіду функціонування готельних ланцюгів. *Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. 2015. № 5. С. 23–26.
7. Довгаль Г.В. Сучасні тенденції розвитку світового готельного бізнесу. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна*. 2019. Вип. 9. С. 190–196.
8. HOTELS Passion for Hospitality. Marketing & Technology Group, 2020. URL: <https://www.hotelsmag.com>.

REFERENCES:

1. Buryak T.V. (2014) Hotel'ni merezhi: evolyutsiya ta stanovlennya [Hotel chains: evolution and formation]. *Businessinform*, no. 4. (in Ukrainian)
2. Ol'shans'ka O. (2020) Suchasni svitovi tendentsiyi rozvytku rynku hotel'nykh posluh [Modern world tendencies of hotel services market development]. *Visnyk Kyivskoho natsional'noho universytetu tekhnolohiy ta dizaynu*, no. 1. (in Ukrainian)
3. American Hotel & Lodging Association (AHLA). Electronic resource]. Available at: <https://www.ahla.com>.
4. Shykina O. (2019) Tendentsiyi rozvytku Yevropeys'koho rynku hotel'nykh posluh [Trends in the development of the European market of hotel services]. *Naukovyy visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, no. 5. (in Ukrainian)
5. Kolodiychuk A.V. (2016) Hotel'ni merezhi yak efektyvnyy sposib vedennya biznesu v industriyi hostynnosti: svitovyy dosvid. [Hotel chains as an effective way of doing business in the hospitality industry: world experience]. *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini*, no. 6. (in Ukrainian)
6. Basyuk O.V. (2015). Analiz svitovoho dosvidu funktsionuvannya hotel'nykh lantsyuhiv. [Analysis of world experience in the operation of hotel chains]. *Visnyk Mykolayivs'koho natsional'noho universytetu imeni V.O. Sukhomlyns'koho*, no. 5. (in Ukrainian)
7. Dovhal' H.V. (2019). uchasni tendentsiyi rozvytku svitovoho hotel'noho biznesu [Current trends in the world hotel business]. *Visnyk KHNU im. V.N. Karazina*. №9.
8. HOTELS Passion for Hospitality. Marketing & Technology Group, 2020. Available at: <https://www.hotelsmag.com>.