

УДК 911.9

Поплавська І.В.

ДІЯЛЬНІСТЬ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ

Розглядаються питання діяльності міжнародних готельних «ланцюгів» на ринку готельних послуг України в територіальному та організаційному аспектах та їх вплив на стан справ в готельному бізнесі країни.

The questions of activity of international hotel «chains» at the market of hotel services of Ukraine in territorial and organizational aspects and their influence are examined on consisting of businesses of hotel business of country.

Постановка проблеми. Глобальний характер туризму як суспільного явища обумовив глобальність готельного бізнесу як складової гостинності з забезпечення туристичного процесу і вивів готельний бізнес на провідні позиції світового ринку послуг, де він виступає однією з найдинамічніших складових. Тільки протягом другої половини ХХ ст. у цій царині відбулися кардинальні зрушення, що змінили концепцію готельного бізнесу: від надання послуг розміщення до комплексу гостинності. Радикальні зміни вимог до готельної справи відобразились не тільки в оновленні матеріальної бази та посиленій увазі до підготовки кадрів, а й у фактично революційних змінах щодо форм контролю та управління якістю готельного продукту, форм організації готельного бізнесу.

Слід зазначити, що про готельне господарство зараз багато пишеться як в науковій, так і в науково-популярній літературі, в навчальній літературі. *Аналіз останніх публікацій* свідчить про значний інтерес до різних аспектів готельної справи у зв'язку з ЄВРО-2012: розвитку матеріально-технічної бази, організаційно-управлінських засад, економічної ефективності діяльності. Саме ці аспекти найбільше розглядаються й щодо міжнародних готельних ланцюгів, а територіальний аспект при цьому практично не висвітлюється. Саме тому метою даної статті є висвітлення питання особливостей розвитку транснаціональних мереж в сфері готельного бізнесу на території країни.

Виклад основного матеріалу. У структурі світового готельного бізнесу виділяють два сегменти: незалежні підприємства та операційні ланцюги (мережі). [2]. Готельні мережі або «готельні ланцюги» – «форма об'єднання готельних підприємств з метою забезпечення економічної ефективності діяльності та конкурентоздатності на ринку послуг за рахунок високої якості обслуговування (на основі розробки та дотримання власного стандарту якості)» [1, с.260]. Тобто, будь-які форми об'єднання в готельному бізнесі є результатом інтеграційних процесів з метою забезпечення конкурентоспроможності на ринку готельних послуг як національного, так і міжнародного рівня.

Готельні мережі (ланцюги) набули важливого значення в розвитку сучасного готельного бізнесу та являють собою найбільш поширену форму управління готелями у світі. Вони дозволяють просувати на світовий туристичний ринок високі стандарти обслуговування, а також сприяють підтримці готельного бізнесу. Статистика показує, що об'єднане ведення справ у готельному бізнесі набагато економічно ефективніше, ніж управління незалежними готелями. Ефективність готельного бізнесу сьогодні залежить від наявності концепції закладу, раціонального менеджменту, цінової політики, бездоганного сервісу, що й забезпечують готельні мережі.

Розширення мереж відбувається на основі маркетингового аналізу відповідного ринку (галузевого та регіонального), де «фокусами зростання» виступають великі та особливо столичні міста, курортні, культурні та спортивні центри, де туристичними потоками формується відповідний попит.

Одним із шляхів розвитку готельного господарства України має стати широке залучення міжнародного досвіду у створенні як власної національної готельної мережі, так і у відкритті внутрішнього ринку для транснаціональних готельних корпорацій з метою виходу на міжнародний ринок готельних послуг.

Головними чинниками привабливості України для іноземних компаній в сфері готельного бізнесу є: а) порівняно невисокий рівень виробничих потужностей і насичення ринку, що обумовлює високий попит на готельні послуги, особливо в сегменті класу «люкс» (4-5 «зірочок»). Так, при нормативі 10 місць на 1000 осіб в Україні є лише 2,9 готельних

місця (для порівняння: у Москві - 9,3; у Санкт-Петербурзі - 6,4; у Парижі - 38,4; у Відні - 25,6); б) незначна конкуренція, оскільки вітчизняний готельний ринок ще формується і його реформування відбувається в умовах політичної невизначеності та економічної нестабільності.

Транснаціональні готельні мережі, будуючи розвиток мереж на основі власних маркетингових досліджень, почали «заходити» на український ринок готельних послуг наприкінці 1990-х рр. XX ст., але розбудовуватись почали на початку XXI ст. Сьогодні готельний ринок країни поповнився брендами відомих готельних мереж (таблиця 1), однак їх частка на нашому ринку не перевищує 1%.

Таблиця 1 Міжнародні готельні мережі в Україні*

№ з/п	Готельна мережа	Готель	Місто	Кількість номерів	Введення в експлуатацію (рік)
1.	Radisson Hotels Worldwide	Radisson SAS Kiev	Київ	255	2005
2.	Radisson Blu	Radisson SAS Resort Alushta	Алушта	63	2008
3.	InterContinental	InterContinental Kiev	Київ	272	2009
4.	Rixos Hotels	Rixos Prykarpattya	Трускавець	370	2005
5.	Hyatt Regency	Hyatt Regency Kiev	Київ	234	2007
6.	Best Western	Best Western Hotel Sevastopol	Севастополь	106	2010

*станом на квітень 2010 р. [3]

Однак треба відзначити, що транснаціоналізація ще не торкнулася національного готельного ринку глобально, вона лише позначилась на ньому окремими штрихами. Сприятливим чинником, який стимулює міжнародні готельні мережі розвивати бізнес в Україні, є стабільне зростання туристичного потоку. Найактивніше розвивається бізнес-туризм, який створює стабільний попит на готелі класу «люкс», тобто сегменту, який власне й розвивають транснаціональні готельні мережі.

Можна виділити такі причини зростання готельного бізнесу в Україні як: попит на готельні послуги перевищує кількість наявних місць; швидка окупність інвестицій в готельну нерухомість; збільшення ділових та туристичних поїздок по регіонах України як серед співвітчизників, так і серед іноземних громадян.

Водночас розвиток готельних мереж ускладнюється тривалою процедурою отримання земельних ділянок під будівництво; необхідністю отримання надмірної кількості дозволів та значними бюрократичними

процедурами (що збільшує термін лише відкриття готелю до 2-5 років); високим податковим тиском на підприємства готельної сфери; надмірною ризикованістю інвестицій внаслідок політичної та економічної нестабільності в країні.

Територіальний розвиток відомих готельних брендів тяжіє до визначених туристичних дестинацій: столиці м.Києва, Кримського та Карпатського регіонів, що свідчить про орієнтованість ТНК готельного бізнесу на ринок масового попиту в таких видах туризму як культурно-пізнавальний, культурно-розважальний та лікувально-оздоровчий.

Висновок. Тривалий процес загального реформування української економіки негативно позначився на розвитку національного ринку готельних послуг і його конкурентних позиціях. Все це перешкоджає розвитку готельного господарства, створенню національних готельних мереж та залученню до співпраці міжнародних, які можуть сприяти посиленню конкурентних позицій України на ринку туристичних послуг, залучаючи іноземних туристів до готелів своїх брендів на території країни. Сьогодні розвиток готелів міжнародних готельних мереж концентрується у визначених туристичних дестинаціях України, тим самим посилюючи їх привабливість на ринку міжнародного туризму.

1.Ринок туристичних послуг. Навчальний посібник. 2-е вид.,перероб та доп.-К.: «Альтерпрес»,2003.-436с.2.Сенин В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения –М.: 2000, с.26 3.<http://socmart.com.ua>