

*Підлісний Є. В.*

*викладач,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

## **Стан і перспективи розвитку готельного господарства в Україні**

Готельне господарство є однією з важливих складових сфери послуг в Україні і ефективно його функціонування сприяє поживленню соціально-економічного розвитку країни та окремих її регіонів.

До основної десятки готельних мереж світу відносяться: Inter Continental Hotels Group (Великобританія); Wyndham Worldwide (США); Hilton Hotels Corp (США); Marriott International (США); Choice Hotels International (США); Accor (Франція)(США); Best Western International (США); Starwood Hotels & Resorts Worldwide (США); Carlson Hospitality Worldwide (США); Global Hyatt Corp (США) [1].

Готельні мережі підтримують концепцію задоволення всіх, навіть специфічних потреб споживачів в організації дозвілля, відпочинку та бізнесу. Концепція готельних мереж за останні роки набуває популярності і їх чисельність значно збільшується. В даному сегменті в повній мірі проявляються процеси інтеграції транснаціоналізації та об'єднання, які притаманні міжнародній сфері обслуговування. Підприємства готельного господарства, які входять до готельних мереж отримують зниження загальних витрат, інформативну базу даних, досвід роботи як внутрішньому так і на міжнародному ринках.

Незважаючи на існуючі проблеми зацікавленість в готельному бізнесі в Україні продовжує зростати, що пояснюється недостатньою кількістю готелів різної цінової категорії. Об'єднання підприємств в готельні мережі з встановленням єдиних стандартів обслуговування, централізованим наданням ряду послуг в т.ч. по бронюванню, матеріально-технічному оснащенню, безпеці підвищують рентабельність підприємств готельного господарства знижуючи витрати на управління. Помилки в процесі діяльності одного з підприємств готельної мережі можуть бути покриті за рахунок інших підприємств об'єднання. Тому можна говорити про високу стійкість і стабільність готельних підприємств, що є членами міжнародних і національних готельних ланцюгів [1].

Існує два основних види готельних ланцюгів: - інтегровані ланцюги, які створені з однорідних одиниць (Accor, HolidayInns та ін.) - готельний консорціум, що поєднує незалежні готелі (Best Western). Аналіз показав, що найефективніше управління в готельних мережах здійснюється наступними організаційними формами: франчайзинг (договір франшизи) і контрактне управління.

У Франції система франчайзингу розвивається в одно - і двозірковому готельному секторі. Завдяки цій системі дво - та трьохзіркові готельні ланцюги (Ibis) і однозіркові ланцюги (Formule 1) побудували сотні готелів за останнє десятиліття.

У США систему франчайзингу активно застосовують такі імениті готельні ланцюги, як "Best Western International" і "Global Hyatt Corp.". Статистика показує, що підприємства, які входять в готельну мережу мають на 60% більший середній дохід і на 15% більше завантаження номерного фонду, чим самостійні підприємства.

Однак у Європі продовжують переважати традиційні готелі, які готові скоріше на створення добровільних ланцюгів, чим на входження у великі готельні імперії [2].

Діяльність іноземних компаній в Україні всфері готельного бізнесу зводиться до трьох форм: франчайзинг, контракт і володіння. Зусилля національних готельних операторів повинні бути направлені на якісний розвиток, шляхом організації процесу консолідації і об'єднання підприємств на українському ринку під найбільш сильним національним брендом. Крім того, національним операторам необхідно здійснювати активну політику по впровадженню ефективних єдиних стандартів управління, просуванню бренду, розвитку інформаційних технологій, що значно закріпить їх позиції не тільки в Україні, але і дасть можливість виходу на міжнародний готельний ринок [1].

Ключовими перевагами участі в готельних мережах це збільшення рентабельності підприємства готельного господарства за рахунок зниження витрат і підвищення доходу за рахунок: збільшення об'ємів продаж, зниження затрат, централізована розробка і контроль за дотриманням стандартів, централізація маркетингової стратегії, фінансової, управлінської.

Ознайомившись з готельним ринком України, можна відмітити одну з національних мереж Premier Hotels, які ввійшли в даний сегмент у 2003 році. Керує мережею компанія, яка виконує функції управління, приймає всі стратегічні рішення, визначає стратегію продажів та маркетингову стратегію готелю.

Стандарти національної мережі досить високі: номерний фонд не менше 60; наявність ресторану; зірковість підприємства – не менше 4. Premier Hotels пропонує два види входження в мережу. Перший з них – франчайзинг на умовах відповідного відсотку або ставки на постійній основі від валового доходу. Другий варіант – контрактне управління, до якого окрім вище перерахованого прибавляється оплата за кожний заброньований номер через центральний відділ бронювання, внесок до маркетингового бюджету компанії-оператора, який складає близько 15 % від валового доходу в готелі. Середньорічна завантаженість готелів, які входять в мережу Premier Hotels складає близько 56%. У даних підприємствах діє програма лояльності «Прем'єр Клуб», яка дає можливість користуватися ексклюзивними привілеями і отримувати приємні подарунки [2].

Отже, перспективним направленням готельного господарства в Україні, переходом на новий рівень у рамках світового ринку готельних послуге розвиток українських готельних операторів. Якщо раніше Україна представляла собою тільки нові ємні ринки, то створення національної

мережі може позначити нового рівноправного учасника ринку готельних послуг.

**Список використаних джерел:**

1. Прем'єр Готелі. – Режим доступу: <http://www.premier-hotels.com.ua>
2. Туризм и гостиничный бизнес. Ресторанный бизнес и гостиничный маркетинг. – Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/>