УДК 338.488.2-6:640.4

JEL classification: M11, O32

Віра ШЕВЧУК
кандидат економічних наук,
доцент,
кафедра обліку і аудиту,
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна
E-mail: vira.shevchuk@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-0925-6489

Ореста БОРДУН
кандидат географічних наук,
доцент,
кафедра туризму,
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна
E-mail: oresta.bordun@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-2003-2013
Reseacher ID: ABD-5846-2020

© Віра Шевчук, Ореста Бордун, 2020

Отримано: 12.11.2020 р.
Прорецензовано: 26.11.2020 р.
Рекомендовано до друку: 16.12.2020 р.
Опубліковано: 16.12.2020 р.

Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4. 0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Віра Шевчук (Україна)
Ореста Бордун (Україна)

СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ДЕТЕРМІНАНТИ ПЛАНУВАННЯ ЇХ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

АНОТАЦІЯ

Вступ. Готельний бізнес, як один з видів економічної діяльності, прямо або побічно створює робочі місця і є важливим засобом поповнення скарбниці іноземною валютою. Міжнародні готельні мережі є важливими гравцями на ринку надання готельних послуг і в індустрії гостинності загалом, отож їх дослідженню приділяється увага низки науковців.

Мета. Мета статті полягає у дослідженні тенденцій стратегій міжнародних готельних мереж, а також у визначенні детермінант планування діяльності світових готельних мереж в Україні.

Результати. За результатами аналізу діяльності світових готельних мереж визначено стратегії їх розвитку в Україні. Зокрема, охарактеризовано особливості планування діяльності світових готельних мереж, здійснено візуалізацію загальної кількості найпопулярніших готельних мереж та їх розповсюдження на території України. Окрім того, представлено сучасні тенденції функціонування національних готельних корпорацій, а також визначено тенденції подальшого розвитку готельних брендів. Новизна даного дослідження представлена у визначенні детермінант поширення найпопулярніших готельних мереж світу на території України. Аналіз готельних мереж вказує на суттєве переважання національних (частка світових готельних мереж на ринку гостинності України становить лише близько 2%), що, на нашу думку, пояснюється системою політико-економічних та безпекових детермінант, середяких: низький рівень економічного розвитку (рівень ВВП на душу населення є практично найнижчим у Європі); низька платоспроможність населення та низька частка витрат на туристичні послуги у споживчому кошику пересічного українця; нестабільність нормативно-правового забезпечення діяльності вітчизняних господарюючих суб'єктів та податкової системи України; непрогнозованість з урегулюванням збройного конфлікту на сході України тощо. За результатами аналізу діяльності готельних мереж виділено деякі головні тенденції їх розвитку, які здебільшого націлені на активний розвиток і використання інформаційних технологій та програм, поліпшення якості обслуговування, підвищення іміджу, репутації, привабливості та унікальності кожного готельного бренду.

Шевчук В., Бордун О. Стратегії міжнародних готельних мереж та детермінанти планування їх розвитку в Україні. *Економічний аналіз.* 2020. Том 30. № 3. С. 190-196.

DOI: https://doi.org/10.35774/econa2020.03.190

Ключові слова: готельні мережі; планування діяльності готельних мереж; стратегії міжнародних готельних мереж; готельний бренд; тенденції розвитку готельних мереж; індустрія гостинності.

UDC 338.488.2-6:640.4

JEL classification: M11, O32

Vira SHEVCHUK
PhD in Economics,
Associate Professor,
Department of Accounting and Audit,
Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine
E-mail: vira.shevchuk@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-0925-6489

Oresta BORDUN
PhD in Geography,
Associate Professor,
Department of Tourism,
Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine
https://orcid.org/0000-0002-2003-2013
Reseacher ID: ABD-5846-2020

© Vira Shevchuk, Oresta Bordun, 2020

Received: 12.11.2020
Revised: 26.11.2020
Accepted: 16.12.2020
Online publication date: 16.12.2020

This is an Open Access article, distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4. 0 license, which permits unrestricted re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Vira Shevchuk (Ukraine)
Oresta Bordun (Ukraine)

STRATEGIES OF INTERNATIONAL HOTEL CHAINS AND DETERMINANTS OF PLANNING THEIR DEVELOPMENT IN UKRAINE

ABSTRACT

Introduction. The hospitality business, as an economic activity, directly or indirectly creates jobs and is an important source of filling the treasury with foreign exchange. International hotel chains are important players in the hospitality market and in the hospitality industry in general, which is why a number of scientists are paying attention to the study.

Goal. The purpose of the article is to study the trends of strategies of international hotel chains, as well as to determine the determinants of planning the activities of global hotel chains in Ukraine.

Results. Based on the results of the analysis of the activity of world hotel chains, the strategies of their development in Ukraine are determined. In particular, the peculiarities of planning the activity of world hotel chains are characterized, the total number of the most popular hotel chains and their distribution on the territory of Ukraine is visualized. In addition, current trends in the functioning of national hotel corporations are presented, as well as trends in the further development of hotel brands. The novelty of this study is presented in determining the determinants of the spread of the world's most popular hotel chains in Ukraine. The analysis of hotel chains indicates a significant predominance of national (the share of global hotel chains in the hospitality market of Ukraine is only about 2%), which, in our opinion, due to a system of political, economic and security determinants, including: low level of economic development. per capita is almost the lowest in Europe); low solvency of the population and low share of expenditures on tourist services in the consumer basket of the average Ukrainian; instability of regulatory and legal support for the activities of domestic economic entities and the tax system of Ukraine; unpredictability with the settlement of the armed conflict in eastern Ukraine, etc. According to the results of the analysis of hotel chains, some main trends of their development are highlighted, which are mostly aimed at active development and use of information technologies and programs, improving service quality, improving image, reputation, attractiveness and uniqueness of each hotel brand.

Shevchuk, V., & Bordun, O. (2020). Strategies of international hotel chains and determinants of planning their development in Ukraine. *Economic analysis*, 30 (3), 190-196.

DOI: https://doi.org/10.35774/econa2020.03.190

Keywords: hotel chains; hotel chains activity planning; strategies of international hotel chains; hotel brand; trends in the development of hotel chains; hospitality industry.

Вступ

Сучасні стратегії готельних мереж дуже часто передбачають їх міжнародну експансію або інтернаціоналізацію. Міжнародні готельні мережі є важливими гравцями на ринку надання готельних послуг і в індустрії гостинності загалом, отож їх дослідженню приділяється увага низки науковців, серед них: Л. Безручко, Н. Данько, Г. Довгаль, С. Іванов, М. Іванова, М. Мальська, І. Пандяк, Б. Річард та інші. Дослідження цих авторів присвячені сучасним стратегіям висококонкурентної організації готельних мереж [1], їх стратегічному позиціонуванню в умовах динамічного майбутнього [2], детермінантам присутності готельних мереж в тій чи іншій країні [3], досвіду їх розвитку у світі та Україні [4; 5]. Водночас недостатня увага приділена визначенню тенденцій стратегій міжнародних готельних мереж щодо країн, які розвиваються, а зокрема детермінантам планування їх розвитку в Україні.

Мета та завдання статті

Мета статті полягає у дослідженні тенденцій стратегій міжнародних готельних мереж, а також у визначенні детермінант планування діяльності світових готельних мереж в Україні.

Завдання дослідження:

- визначення особливостей планування діяльності світових готельних мереж;
- здійснення візуалізації загальної кількості найпопулярніших готельних мереж та їх розповсюдження на території України;
- формулювання детермінант поширення найпопулярніших готельних мереж світу на території України;
- аналіз геопросторового розміщення готелів мережі Reikartz Hotels & Resorts в Україні;
- визначення стратегічних напрямків розвитку готельних мереж.

Виклад основного матеріалу дослідження

У процесі дослідження використано методи порівняння, статистичні, експертних оцінок, аналізу, синтезу, дедукції, індукції, літературний, описовий та інші.

Економічне зростання в різних галузях промисловості і підвищення рівня життя в розвинених країнах світу привели до частих переміщень ділових людей та туристів в різні регіони світу. Особливостями ділового туризму є надання переваги поселенню у різних країнах світу в готелі однієї мережі, яка обслуговує фірму чи корпорацію і надає їй систему знижок та додаткових послуг. Тому детермінантою розвитку сфери гостинності останніх десятиліть є об'єднання готелів в мережу. У світі постійно йде процес освоєння нових концепцій готельного бізнесу і модернізації старих. Значні інвестиції були вкладені в готельний бізнес з метою модернізації готельної бази, нового будівництва, впровадження сучасних технологій, форм обслуговування. Набагато рентабельнішими в обслуговуванні є великі готельні ланцюги, які замовляють постачання обладнання великими партіями, мають найкращу логістичну схему та завдяки масовості здешевляють свої послуги з поселення та обслуговування відвідувачів.

На неможливості досягнути успіху в майбутньому без розробки та реалізації довгострокової стратегії наголошує Річард Б., який основними стратегіями міжнародних готельних мереж на сучасному етапі вважає: вихід на ринки, що розвиваються; впровадження інноваційних продуктів (від інтелектуальних готелів, мобільних додатків до віртуального середовища); створення справжніх персоналізованих вражень для замовника (спільне створення рішень із гостями) [2].

Водночас, саме стратегія виходу на нові та зростаючі ринки розглядається багатьма дослідниками як одна із домінуючих для великих готельних ланцюгів. Як зазначають Довгаль Г. і Данько Н., активізація діяльності зарубіжних готельних мереж на регіональних ринках є однією з сучасних стратегій міжнародних готельних мереж. Причому «незважаючи на те, що стратегічні переваги мають мережеві форми організації готельного бізнесу щодо готелів класу 4–5 зірок, під час виходу на регіональний ринок орієнтація робиться переважно на найбільш затребувані економічні тризіркові готелі» [4].

Пандяк І. також схиляється до думки, що пріоритетною стратегією багатьох міжнародних готельних мереж є глобальна експансія, максимальне охоплення стратегічно важливих регіонів. Водночас, за такої експансії, дослідник пропонує враховувати, що «мережа готелів – це динамічний бренд, який у межах певного регіону поглинає та відображає у своїй діяльності елементи місцевої культури, місцеві економічні особливості, максимально пристосовані до регіональних особливостей розвитку ринкового бізнесу» [1].

На нашу думку, експансія міжнародних готельних мереж на ринки країн, що розвиваються, є однією з пріоритетних стратегій, при цьому мережі готелів повинні пристосувати досвід та зручності своїх послуг до різних культур за умови забезпечення цілісності торгової марки та збереження незмінного стилю обслуговування в різних країнах.

Планування розвитку великих готельних мереж в тій чи іншій країні визначається відповідними детермінантами, які, як правило, включають

географічні чинники та політичні, які тягнуть за собою економічні. Визначення детермінант – це перший крок для вирішення проблем майбутнього і від його правильності залежать оптимальне використання можливостей та запобігання помилковим діям. Сьогоднішній темп використання ресурсів потребує досконалого і точного прогнозування розвитку всіх галузей виробничої та невиробничої сфери. Темпи зміни умов праці настільки швидкі, що планування виступає чи не єдиним фактором стримування та відвернення негативних наслідків науково-технічного прогресу та науково-технічної революції.

Планування як самостійна міжгалузева дисципліна має визначальний вплив на розвиток всіх самостійних наукових напрямків, які користуються її методикою для передбачення функціонування своїх об'єктів та предметів дослідження в майбутньому. Тому на сьогоднішньому етапі розвитку системи наукових знань плануванню надається пріоритетний розвиток [6].

Готельні мережі відіграють важливу роль у розвитку індустрії гостинності. Вони дозволяють просувати високі стандарти обслуговування на світовому ринку, а також сприяють підтримці готельних послуг для туристів. Сприяють поширенню і значному підвищенню рівня організації виробництва і обслуговування туристів, створенню певного іміджу готельних послуг, зустрівши який в іншій країні, турист відчуває себе майже як вдома, знайомо і комфортно [7].

Роль міжнародних готельних мереж, безсумнівно, дуже важлива для туризму, як і інших галузей економіки в цілому. Готельний бізнес, як один з видів економічної діяльності, прямо або побічно створює робочі місця і є важливим засобом поповнення скарбниці іноземною валютою.

Готельні мережі сьогодні складають основу світового туристичного бізнесу. В даний час в світі існує кілька сотень готельних мереж. Серед них можна виділити гігантські корпорації, готелі яких можна знайти практично в будь-якій точці світу. За даними Всесвітньої туристичної організації, кожен п'ятий готель належить до певної готельної мережі [8]. Найпопулярнішими готельними мережами є:

- США: Marriott International, Best Western Hotels, Hilton Worldwide, Hyatt Hotels, Radisson Hotel Group, Wyndham Hotels and Resorts, Preferred Hotels, Choice Hotels, Extended Stay America, The Blackstone Group, Omni Hotels and Resorts, Red Roof Inn, Ritz-Carlton Hotel Company, Sheraton Hotels and Resorts.
- Канада: Days Inns, Fairmont Hotels and Resorts, Four Seasons Hotels and Resorts, Baymont Inn, Best Western.
- Італія: Gruppo UNA, Baglioni Hotels, Starhotels, JK Place.
- Франція: Accor, Campanile, Mercure Hotels, Ibis Hotels
- Японія: Prince Hotels, Tokyo Inn, Hankyu Hanshin Hotels, Mielparque, Okura Hotels, New Otani Hotels.
- Німеччина: Novum Hospitality, Deutsche Hospitality, A&O Hotels and Hostels, B&B Hotels, Interhotel.
- Великобританія: Britannia Hotels, Dorchester Collection, Intercontinental Hotels Group, Magnuson Hotels, Millennium and Copthorne Hotels, Rocco Forte Hotels, Travelodge, Whitbread [9].

Україна в географічному контексті розташована в безпосередній близькості до розвинених країн світу, окрім США, тому географічна детермінанта розвитку світових готельних мереж на території України є надзвичайно сприятлива, що не можна сказати про економічні та політичні детермінанти.

Низка факторів спричинила низьку частку світових готельних мереж на ринку гостинності України, яка становить близько 2 %, а в кількісному вимірі становить 53 готельні одиниці (рис. 1)

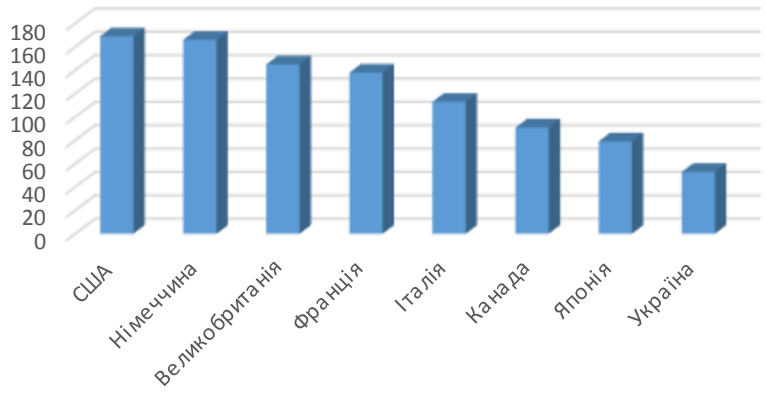


Рис. 1. Кількість закладів розміщення світових готельних мереж у розвинених країнах світу та Україні [генеровано авторами на основі www.booking.com]

Аналіз готельних мереж вказує на суттєве переважання національних, що, на нашу думку, пояснюється системою політико-економічних та безпекових детермінант, серед яких:

– низький рівень економічного розвитку (рівень ВВП на душу населення є практично найнижчим у Європі);
– низька платоспроможність населення та низька частка витрат на туристичні послуги у споживчому кошику пересічного українця;
– нестабільність нормативно-правового забезпечення діяльності вітчизняних господарюючих суб'єктів та податкової системи України;
– непрогнозованість з урегулюванням збройного конфлікту на сході України тощо.

Серед міжнародних готельних мереж найбільш представленими в Україні є американська мережа Radisson Hotel Group [16] та французька – Accor [17] (рис. 2).



Рис. 2. Готельні мережі, що представлені в Україні [11]

Світові мережі входять на український готельний ринок з обережністю, тому, в основному, вони представлені одним-двома готелями. Вийнятком є Reikartz Hospitality Group, що об'єднує 35 готелів. Зокрема, під брендом ділових готелів Reikartz Hotels & Resorts функціонує 23 готелі, які рівномірно розташовані по всій території України, решту готелів нижчого зіркового сегменту[5]. Готелі цього бренду забезпечують сегмент 4-х зіркових засобів розміщення, що є найбільш затребуваними на ринку готельних послуг країни (рис. 3).

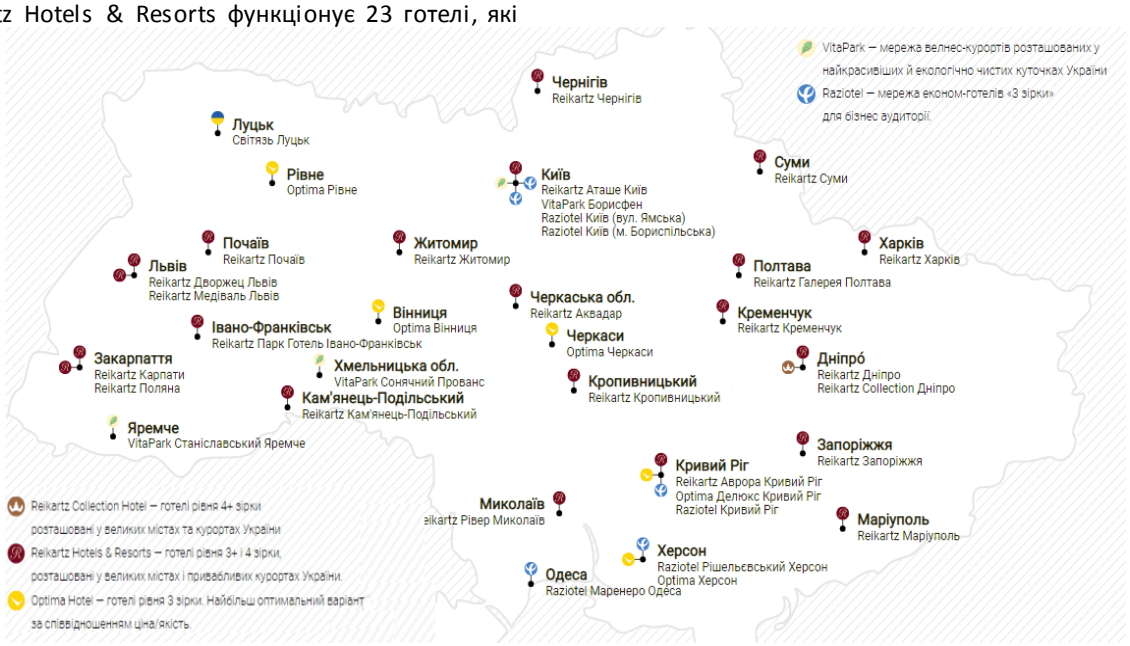


Рис. 3. Географія готелів мережі Reikartz Hotels & Resorts [12]

Тенденції розвитку готельних мереж:

1. Активізація діяльності зарубіжних готельних мереж на регіональних ринках;
2. Співпраця зі сферою IT та впровадження в індустрію гостинності нових комп'ютерних технологій, наявність чат-ботів, а також встановлення у готелях цифрових кіосків;
3. Поява в Україні світових та національних брендів економ класу;
4. Вплив на уряд, парламент і на економіку країни в цілому за допомогою ініціювання та лобіювання «правильних» економічних реформ;
5. Використання мобільних платежів на новому рівні, а саме: можливості здійснення транзакцій для онлайн-бронювання;
6. Створення «розумних» і велнес-номерів у готельних мережах з використанням голосової активації та інтернет-команд, щоб поліпшити перебування гостя (наприклад, планшет, який дозволяє регулювати музику та світло в кімнаті, нахиляти спинку ліжка, закривати фіранки тощо) ;
7. Ключ від номера – мобільний телефон;
8. Вихід українських національних готельних мереж на світовий рівень;
9. Розширення переліку брендів тощо.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Отже, аналіз планування та функціонування світових готельних мереж в Україні вказує на активізацію діяльності цих корпорацій та брендів. Зокрема, у світі країнами-лідерами за розвитком міжнародних готельних мереж виступає більшість країн-представниць «Великої сімки», а саме: США, Німеччина, Великобританія, Франція. Частка підприємств готельних ланцюгів у цих країнах досягає близько 70% від усього готельного господарства. Натомість готельні ланцюги в Україні займають близько 2% від усієї кількості готельних корпорацій, що, на нашу думку, пояснюється системою політико-економічних та безпекових детермінант, серед яких: низький рівень економічного розвитку (рівень ВВП на душу населення є практично найнижчим у Європі); низька платоспроможність населення та низька частка витрат на туристичні послуги у споживчому кошику пересічного українця; нестабільність нормативно-правового забезпечення діяльності вітчизняних господарюючих суб'єктів та податкової системи України; непрогнозованість з урегулюванням збройного конфлікту на сході України тощо. Проте, спостерігається поступове входження світових готельних мереж на ринок України, хоча є і декілька національних корпорацій, що з кожним роком розвиваються і стають домінуючими. Аналіз дослідження планування діяльності готельних мереж дозволив нам виділити деякі головні тенденції їх розвитку, які здебільшого націлені на активний розвиток і використання інформаційних технологій та програм, поліпшення якості обслуговування, підвищення іміджу, репутації, привабливості та унікальності кожного готельного бренду.

В якості подальших досліджень доцільно було б визначити ступінь впливу визначених нами політико-економічних та безпекових детермінант на розвиток міжнародних готельних мереж в Україні на основі польового дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Pandyak I. Modern strategies of highly competitive organization of hotel chains. *Journal of Geography, Politics and Society*. 2016. № 6 (4), pp. 72-76.
2. Richard B. Hotel chains: survival strategies for a dynamic future. *Journal of Tourism Futures*. 2017. № 3 (1), pp. 56-65.
3. Ivanov S., Ivanova M. Determinants of Hotel Chains' Market Presence in a Destination – A Global Study. *Tourism*. 2017. № 65 (1), pp. 7-32.
4. Довгаль Г., Данько Н. Міжнародні готельні мережі: світовий досвід для України. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід: колективна монографія. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, С. 110-127.
5. Безручко Л. Сучасний стан та перспективи розвитку готельних мереж у світі та Україні. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2018. № 45. С. 273-280.
6. Мальська М. П., Бордун О. Ю. Організація та планування туристичної діяльності: теорія та практика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 346 с.
7. International hotel chains and their effectiveness. Major global hotel chains. URL: https://zizuhotel.ru/en/rabota-blogerom/mezhdunarodnye-gostinichnye-cepi-i-ih-effektivnost-osnovnye/.
8. Hotel Chains. URL: https://www.city-of-hotels.com/165/hotel-chains-en.html.
9. Jobs S. Top 100 Hotel Chains in the World. URL: https://www.soegjobs.com/top-100-hotel-chains/.
10. Booking com. URL: https://www.booking.com/.
11. Готельний інтерес: Хто до нас йде? URL: https://investory.news/gotelnij-interes-xto-do-nas-jde/.
12. Карта готелів. URL: https://reikartz.com/uk/hotels-map/.
13. Офіційний сайт Marriott. URL: https://www.marriott.com.
14. Офіційний сайт Hilton. URL: https://www.hilton.com.
15. Офіційний сайт Hyatt Hotels. URL: https://www.hyatt.com.

16. Офіційний сайт Radisson Hotel Group. URL: https://www.radissonhotelgroup.com.

17. Офіційний сайт Accor. URL: https://group. accor.com.

18. Офіційний сайт Intercontinental Hotels Group. URL: https://www.ihgplc.com.

REFERENCES

1. Pandyak, I. (2016). Modern strategies of highly competitive organization of hotel chains. *Journal of Geography, Politics and Society*, 6 (4), 72-76.

2. Richard, B. (2017). Hotel chains: survival strategies for a dynamic future. *Journal of Tourism Futures*,3 (1), 56-65.

3. Ivanov, S. and Ivanova, M. (2017). Determinants of Hotel Chains' Market Presence in a Destination – A Global Study. *Tourism*, 65 (1), 7-32.

4. Dovgal`, G., & Dan`ko, N. (2017). International hotel chains: world experience for Ukraine. Current trends in the hotel and restaurant business: international and national experience. Kharkiv: Kh NU imeni V. N. Karazina, 110-127 [in Ukrainian].

5. Bezruchko, L. (2018). Current state and prospects of development of hotel chains in the world and Ukraine. *Bulletin of Lviv University. International relations series,* 45, 273-280 [in Ukrainian].

6. Malska, M. P., & Bordun, O. Yu. (2012).organization and planning of tourist activity: theory and practice. Kyiv: Center of Educational Literature [in Ukrainian].

7. International hotel chains and their effectiveness. Major global hotel chains. (2020). Retrieved from: https://zizuhotel.ru/en/rabota-blogerom/mezhdunarodnye-gostinichnye-cepi-i-ih-effektivnost-osnovnye/.

8. Hotel Chains. (2020). Retrieved from: https://www.city-of-hotels.com/165/hotel-chains-en.html.

9. Jobs S. Top 100 Hotel Chains in the World. (2020). Retrieved from: https://www.soegjobs.com/top-100-hotel-chains/.

10. Booking com. (2020). Retrieved from: https://www.lookingforbooking.com/.

11. Hotel interest: Who comes to us? (2020). Retrieved from: https://investory. news/gotelnij-interes-xto-do-nas-jde/ [in Ukrainian].

12. Hotel map. (2020). Retrieved from: https://reikartz.com/uk/hotels-map/.

13. Official site Marriott International. (2020). Retrieved from: https://www.marriott.com.

14. Official site Hilton Worldwide. (2020). Retrieved from: https://www.hilton.com.

15. Official site Hyatt Hotels. (2020). Retrieved from: https://www.hyatt.com.

16. Official site Radisson Hotel Group (2020). https://www.radissonhotelgroup.com.

17. Official site Accor. (2020). Retrieved from: https://group.accor.com.

18. Official site Intercontinental Hotels Group. (2020). Retrieved from: https://www.ihgplc.com.