

В. О. АЛЕКСАНДРОВА, Л. С. СТРИГУЛЬ, Т. Ю. ЧАЙКА
ФОРМУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Стаття присвячена оцінці і дослідженню напрямів формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг. Розглянута і обґрунтована необхідність діяльності готельних ланцюгів на ринку туристських послуг, яка робить позитивний вплив на ефективність готельних підприємств. Готельні ланцюги є однією з найбільш прогресивних форм організації засобів розміщення, оскільки під єдиним брендом об'єднуються готелі з єдиною стратегією розвитку, відпрацьованою технологією обслуговування, загальними стандартами якості і цінової політики, системою бронювання і резервування місць. Саме єдині ознаки і принципи функціонування створюють популярність і прихильність бренду, високу завантаженість номерного фонду і відповідну рентабельність. У статті обґрунтовується необхідність задоволення споживчого попиту на готельні послуги і розвиток економіки в цілому. Відмічений низький рівень розвитку готельних ланцюгів на території України і на основі систематизації досліджень учених виділені основні проблеми формування готельних ланцюгів на ринку туристських послуг в Україні. З урахуванням міжнародного і вітчизняного досвіду і прогнозованих тенденцій розвитку готельних ланцюгів запропоновані напрями в області державної політики по формуванню і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг: аналізу методів збільшення інвестиційної привабливості проєктів будівництва і модернізації сучасної мережі; забезпечення сприятливого середовища для формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг; стимулювання використання підприємцями в управлінні готельними підприємствами комплексних підходів, стандартних бізнес - процесів, сучасних технологій якості послуг. Використання державними органами влади запропонованих напрямів, на думку автора, дозволить підвищити активність і ефективність державної політики в області формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг.

Ключові слова: готельні ланцюги, туристські послуги, формування і розвиток готельних ланцюгів, туризм.

В. О. АЛЕКСАНДРОВА, Л. С. СТРИГУЛЬ, Т. Ю. ЧАЙКА
ФОРМИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Статья посвящена оценке и исследованию направлений формирования и развития гостиничных цепей на рынке туристских услуг. Рассмотрена и обоснована необходимость деятельности гостиничных цепей на рынке туристских услуг, которая оказывает положительное влияние на эффективность гостиничных предприятий. Гостиничные цепи являются одной из наиболее прогрессивных форм организации средств размещения, поскольку под единым брендом объединяются гостиницы и отели с единой стратегией развития, отработанной технологией обслуживания, общими стандартами качества и ценовой политикой, системой бронирования и резервирования мест. Именно единые признаки и принципы функционирования создают популярность и приверженность бренду, высокую загрузку номерного фонда и соответствующую рентабельность. В статье обосновывается необходимость удовлетворения потребительского спроса на гостиничные услуги и развитие экономики в целом. Отмечен низкий уровень развития гостиничных цепей на территории Украины и на основе систематизации исследований ученых выделены основные проблемы формирования гостиничных цепей на рынке туристских услуг в Украине. С учетом международного и отечественного опыта и прогнозируемых тенденций развития гостиничных цепей предложены направления в области государственной политики по формированию и развитию гостиничных цепей на рынке туристских услуг: анализа методов увеличения инвестиционной привлекательности проектов строительства и модернизации современной сети; обеспечение благоприятной среды для формирования и развития гостиничных цепей на рынке туристских услуг; стимулирование использования предпринимателями в управлении гостиничными предприятиями комплексных подходов, стандартных бизнес - процессов, современных технологий качества услуг. Использование государственными органами власти предложенных направлений, по мнению автора, позволит повысить активность и эффективность государственной политики в области формирования и развития гостиничных цепей на рынке туристских услуг.

Ключевые слова: гостиничные цепи, туристские услуги, формирование и развитие гостиничных цепей, туризм.

V. A. ALEKSANDROVNA, L. S. STRYGUL, T. Y. CHAIKAV
FORMINGS OF HOTEL CHAINS AT THE MARKET OF TOURIST SERVICES

The article is devoted an estimation and research of directions of forming and development of hotel chains at the market of tourist services. Considered and grounded necessity of activity of hotel chains at the market of tourist services, which renders positive influence on efficiency of hotel enterprises. Hotel chains are one of the most progressive forms of organization of facilities of placing, as under a single brand hotels and hotels unite with single strategy of development, exhaust technology of service, general standards of quality and price policy, system of reserving and backuping of places. Exactly single signs and principles of functioning are created by popularity and adherence to the brand, high work-load of containing a number fund and proper profitability. In the article the necessity of satisfaction of consumer demand is grounded on hotel services and development of economy on the whole. The low level of development of hotel chains is marked on territory of Ukraine and on the basis of systematization of researches of scientists the basic problems of forming of hotel chains are selected at the market of tourist services in Ukraine. Taking into account international and domestic experience and forecast progress of hotel chains trends directions are offered in area of public policy on forming and development of hotel chains at the market of tourist services: analysis of methods of increase of investment attractiveness of projects of building and modernization of modern network; providing of favourable environment for forming and development of hotel chains at the market of tourist services; stimulation of the use businessmen in a management the hotel enterprises of complex approaches, standard business - processes, modern technologies of quality of services. The use of the offered directions the public organs of power, in opinion of author, will allow to promote activity and efficiency of public policy in area of forming and development of hotel chains at the market of tourist services.

Keywords: hotel chains, tourist services, forming and development of hotel chains, tourism.

Вступ. За весь період існування готельний бізнес випробував різні моделі: від сімейного володіння до участі в міжнародних готельних ланцюгах, які є наглядним прикладом найбільш ефективного ведення

готельного бізнесу.

Даний підхід управління гостинним бізнесом сприяє створенню значної кількості переваг, завдяки яким виникає можливість більшою мірою

удосконалювати якість готельного продукту, що реалізується, диверсифікувати послуги, що надаються в рамках сегменту ринку, знаходити індивідуальний підхід в обслуговуванні клієнтів.

Об'єднання готелів в ланцюзі з використанням єдиних стандартів обслуговування і централізованим наданням готелем ряду послуг, в т.ч. по бронюванню місць, матеріально-технічному оснащенню, безпеці й т. д., значною мірою знижують витрати управління і підвищують рентабельність готельних підприємств.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Метою статті є оцінка та дослідження напрямів формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг. Розглянута і обґрунтована необхідність діяльності готельних ланцюгів на ринку туристських послуг, яка робить позитивний вплив на ефективність готельних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Вчені дають різні визначення поняттям «готельний ланцюг».

Фахівці Катькало В.С. і Мукба В.Н. під готельний ланцюг розуміють «довгострокове взаємовигідне об'єднання готельних підприємств, а також фірм супутніх галузей в єдину структуру і систему стратегічного співробітництва з метою створення спільних відмінних компетенцій» [1].

Путіліна Є.Л. розглядає готельну мережу, як «складну багаторівневу систему, що складається з різних підприємств готельної галузі і характеризується їх стратегічним співробітництвом як основною властивістю даної системи» [2].

Як показує світовий досвід для результативнішого ведення готельного бізнесу утворилося декілька форм об'єднання готелів. Ланцюг може мати власні будівлі або орендувати їх. Керівництву ланцюга надана перевага при розподілі прибули, але при цьому воно несе відповідальність за операційні втрати.

Питанням формування готельних ланцюгів приділяли увагу багато як вітчизняних, так і закордонних науковців, серед них: Х. Адлер, Дж. Р. Рузелли, Р.А. Браймер, Кабушкін Н.И., Бондаренко Г.А.

На даний момент часу для розвитку світового готельного бізнесу властива глобалізація і інтеграція управління, яка виявляється в створенні готельних мереж. Об'єднання готелів в єдину готельну мережу з утворенням неповторного мережевого готельного бренду є на сьогодні найбільш поширеною в світовій практиці формою стратегічного управління готельними підприємствами. Незалежно від рейтингу, фактично всі міжнародні готельні мережі випробовують на собі постійний тиск жорсткої конкурентної боротьби, вишукують будь-які можливості для збільшення свого потенціалу.

Процес зростання значення готельних мереж в управлінні світовим готельним господарством характеризується істотною суперечністю: з одного боку, - укрупнюються міжнародні готельні корпорації, з іншою, - все більше країн створюють власні

національні готельні мережі, які успішно конкурують з інтернаціональними монополіями.

Викладання основного матеріалу дослідження.

Характерні процеси глобалізації і інтеграції готельної індустрії виявляються в створенні масштабних корпорацій і готельних ланцюгів. В даний час готельні корпорації міцно укорінилися на ринку готельних послуг. У всьому світі в кожному великому місті є готелі, які входять в готельні мережі. У світовій практиці найбільш поширеною формою управління готельним бізнесом є об'єднання засобів розміщення в готельні ланцюги.

Існує декілька об'єктивних чинників, які привели до інтеграційних процесів у сфері світової індустрії готельного бізнесу.

- стабільне навантаження є неодмінна умова для продуктивної і рентабельної роботи будь-якого об'єкту готельних послуг. Для цього кожен готель, що входить в готельну мережу має власну систему бронювання, яка орієнтована на завантаження, в першу чергу, своїх готелів.

- заставою успішної діяльності готельного підприємства є формування якісної готельної послуги, яка залежить від безлічі чинників: оформлення інтер'єру, якість устаткування, кваліфікація персоналу, рівень безпеки тих, що проживають і їх майна і ін.

- керівництво готель орієнтований на збільшення рівня завантаження, залучення нових клієнтів і збереження «старих» обґрунтовує потребу постійного системного вивчення, моніторингу та аналізу кон'юнктури ринку готельних послуг, клієнтури, готелів-конкурентів, здійснення маркетингової політики, що вимагає споживання істотних фінансових, інформаційних та людських ресурсів.

Отже, гострий брак професійних і кваліфікованих кадрів готелів, вплив на якість обслуговування яких неприпустимо недооцінювати, припускає наявність власної системи підготовки і підвищення кваліфікації персоналу, а значить — чергової істотної статті витрат.

Готельні ланцюги є одним з важливих елементів сучасної міжнародної інфраструктури по наданню туристичних послуг, які надають ключову дію на використовуваних туристичними організаціями стандарти обслуговування, стратегії управління бізнесом і форми міжгалузевої взаємодії в регіоні в цілому.

Як показує світова практика, більшість готельних підприємств миру входять в той або інший готельний ланцюг. Готельні ланцюги - це групи готелів, що здійснюють колективний бізнес і керівництво, що знаходиться під безпосереднім контролем, ланцюгом.

Утворення готельних ланцюгів дозволяє просувати на світовий ринок готельних послуг високі стандарти обслуговування, а також сприяє підтримці готельного обслуговування туристів.

Потреба функціонування готельних ланцюгів на ринку туристських послуг мотивована наступними чинниками.

1. Підвищення ефективності діяльності готельних підприємств. Використання готелями високих стандартів і технологій функціонування на

корпоративному рівні веде до підвищення ефективності управління і розвитку готелів [3].

За рахунок масштабу відбувається скорочення витрат, зменшення цін на закупівлю устаткування для номерів, засобу для підтримки чистоти, тобто можливість оптових закупівель, з розрахунку на один готель відбувається зменшення витрат на рекламу, зокрема завдяки використанню готелями готового бренду і тому, що торгова марка є додатковою рекламою. За рахунок використання бренду відбувається збільшення обхвату готелями ланцюга ринку туристичних послуг, а так само використання централізованої системи бронювання.

Підвищенню стабільності і фінансової незалежності сприяє допустимість перерозподілу фінансового навантаження і зовнішнього економічного тиску між готельними підприємствами. Завдяки централізованій підготовці фахівців готельної сфери підвищується ресурс людського потенціалу в управлінні готельними підприємствами.

Крім того, ефективність діяльності готельних підприємств збільшують використання централізованої системи бухгалтерського обліку і масштабні маркетингові дослідження [4].

2. Збільшення споживчого попиту на готельні послуги. Зростання споживчого попиту на послуги готельного ланцюга завдяки тому, що споживачі можуть прогнозувати якість послуг незалежно від регіону розміщення учасника даного ланцюга [5].

Перевищення попиту на високоякісні готельні послуги над їх пропозицією обумовлений тим, що на сьогодні у вітчизняному бізнесі готельних послуг недостатньо високий рівень сервісного обслуговування.

3. Стимул для розвитку економіки в цілому.

Розвиток міжнародних готельних ланцюгів веде до інтеграції вітчизняної економіки в світову і залучення інвестицій. Забезпечується зайнятість населення, виявляється позитивний вплив на галузі, суміжні з готельною. Високий відсоток споживачів готельних послуг складають іноземці, притока яких забезпечує валютні надходження до державного бюджету [6].

4. Вплив поточних глобальних економічних тенденцій.

Пошук ефективних методів створення конкурентних переваг вітчизняними готельними підприємствами викликаний сучасними умовами конкуренції з міжнародними готельними мережами. Іншою значущою для світового економічного розвитку тенденцією є зростання вимог споживачів до готельних послуг в області забезпечення їх безпеки і якості, стандарти яких успішно реалізуються готельними ланцюгами [3].

Дослідники відзначають такі переваги готельних ланцюгів, як збільшення цінності та комплексності готельних послуг, підвищення продуктивності праці (вхідні в ланцюг готелі мають на 60 % більше середній дохід і на 8 % більше наповнюваність, чим самостійні підприємства) [7], найбільше наближення до відповідності використовуваних стратегій і

технологій споживчому попиту і поточному економічному стану [8].

Розвиток готельних ланцюгів в Україні знаходиться на початковому етапі, що знаходить віддзеркалення в їх невеликому обхваті вітчизняного готельного ринку і слабкій присутності міжнародних готельних ланцюгів в цілому по країні.

Необхідність діяльності готельних ланцюгів на ринку туристських послуг вимагає дозволу проблем, що існують формування готельних ланцюгів в Україні і визначення напрямів, по яких ці проблеми можливо вирішити. Тут необхідно приділити увагу міжнародному досвіду формування готельних ланцюгів і прогнозам подальшого їх розвитку.

Висновки. Відповідно до сучасних економічних напрямів і прогнозів учених, що займаються дослідженням даної проблеми, можна виділити наступні концепції по формуванню і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг: аналізу методів збільшення інвестиційної привабливості проектів будівництва і модернізації сучасної мережі; забезпечення сприятливого середовища для формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг; стимулювання використання підприємцями в управлінні готельними підприємствами комплексних підходів, в основі яких якість, ефективний менеджмент і унікальність готельного продукту, стандартних бізнесів - процесів, сучасних технологій якості послуг, принципів управління готельним господарством, стратегії формування і розвитку готельних ланцюгів, актуальних концепцій побудови комплексних систем управління.

Це дозволить підвищити активність і ефективність державної політики в області формування і розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг.

Список літератури.

1. Катькало В. С. Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития. Часть 3 / В. С. Катькало, В. Н. Мукба. *Продажа недвижимости: информационный портал*. URL: <http://ros-nedvigimost.ru/publikaciya-polnaya/534> (дата звернення: 21.11.2018)
2. Путилина Е. Л. *Формирование и развитие национальных гостиничных сетей в России*: автореф. дис. на получение науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 / Е. Л. Путилина. ФГБОУ ВПО «Гос. ун-т управления». — М., 2011. — 27 с.
3. Арифиллин М. В., Морозова Л. С. *Генезис понятий «гостиничная цепь» и «гостиничная сеть»* // *Сервис в России и за рубежом*. 2012. № 2. С. 53-63.
4. Егорова Е. Н., Кравцова Ю. А. *Маркетинг гостиничных цепей: особенности и перспективы развития в России* // *Курорты. Сервис. Туризм*. 2013. № 2-4. С. 67-72.
5. Шарафанова Е. Е., Виленский А. Е. Полноправный член сети. Использование франчайзинга в гостиничных цепях // *Российское предпринимательство*. 2008. № 6-2. С. 142-146.
6. Арифиллин М. В. *Транснациональные гостиничные цепи: становление, развитие, современные тенденции* // *Научный вестник МГИИТ*. 2010. Т. 4. № 2. С. 7-11.
7. Сафронова А. А., Данилова А. М. *Международные гостиничные цепи, как эффективная форма управления гостиничным бизнесом* // *Инновационная экономика и современный менеджмент*. 2015. № 3. С. 16-21.
8. Захарова Р. М. *Логистическая организация и развитие гостиничных сетей в отечественной сфере гостеприимства* //

Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2014. № 1 (45). С. 43-49.

9. Александрова В. О. Визначення чинників та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 89-92.
 10. Побережна Н. М. Проблеми розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу / Н. М. Побережна, О. В. Мелень, Л. С. Стригуль // *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : матеріали 3-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 26 жовтня 2018 р. – Полтава : ПДАА, 2018. – С. 67-68.
- References (transliterated):**
1. Katkalo V. S. Mezhdunarodnye hostynnychnye sety: spetsyfyka orhanyzatsyy u typolohyia stratehi rozvytyia. [International hotel chains: the specifics of the organization and the typology of development strategies.] Chast 3 *Prodazha nedvyzhymosti: ynformatsionnyi portal*. [Real Estate Sale: Information Portal] URL: <http://ros-nedvigimost.ru/publikaciya-polnaya/534> (data zvernennia: 21.11.2018)
 2. Putylina E. L. *Formyrovanye u rozvytye natsionalnykh hostynnychnykh setei v Rossyyu*: [Formation and development of national hotel chains in Russia] avtoref. dys. na poluchenye nauch. stepeny kand. ekon. nauk: spets. 08.00.05 / E. L. Putylina. FHBOU VPO «Hos. un-t upravleniya». — Moscow, 2011. — 27 p.
 3. Aryfullyn M. V., Morozova L. S. *Henezys poniatyi «hostynnychnaia tsep» u «hostynnychnaia set»* [Genesis of the terms "hotel chain" and "hotel chain"] *Servys v Rossyyu u za rubezhom*. 2012. no 2. pp. 53-63.
 4. Ehorova E. N., Kravtsova Yu. A. *Marketynh hostynnychnykh tsepei: osobennosty u perspektivy rozvytyia v Rossyyu* [Marketing of hotel chains: features and prospects of development in Russia] *Kurorty. Servys. Turyzm*. [Resorts. Service Tourism.] 2013. no 2-4. pp. 67-72.
 5. Sharafanova E. E., Vylenskyi A. E. *Polnopravnyi chlen sety. Yspolzovanye franchaizynha v hostynnychnykh tsepiakh* [Full member network. Using franchising in hotel chains] *Rossyiskoe predprynimatelstvo*. [Russian entrepreneurship] 2008. no 6-2. pp. 142-146.
 6. Aryfullyn M. V. *Transnatsyonalnye hostynnychnye tsepy: stanovlenye, rozvytye, sovremennye tendentsyy* [Transnational hotel chains: formation, development, modern tendencies] *Nauchnyi vestnyk MHIYT*. [Scientific Bulletin of MGII.T.] 2010. T. 4. no 2. pp. 7-11.
 7. Safronova A. A., Danylova A. M. *Mezhdunarodnye hostynnychnye tsepy, kak effektivnaia forma upravleniya hostynnychnym byznesom* [International hotel chains as an effective form of hotel business management] *Ynnovatsyonnaia ekonomyka u sovremennyi menedzhment*. [Innovative economy and modern management] 2015. no 3. pp. 16-21.
 8. Zakharova R. M. *Lohystycheskaia orhanyzatsiya u rozvytye hostynnychnykh setei v otechestvennoi sfere hostepryymstva* [Logistics organization and development of hotel chains in the domestic sphere of hospitality] *Vestnyk Rostovskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo unyversyteta (RYNKh)*, [Bulletin of the Rostov State Economic University (RINC)] 2014. no 1 (45). pp. 43-49.
 9. Aleksandrova V. O. *Vyznachennia chynnykiv ta yikh vplyv na rozvytok hotelno-restorannoho biznesu*. [Determination of factors and their influence on the development of hotel and restaurant business.] *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnogo unyversytetu "Kharkivskiy politekhnichnyi instytut" (ekonomichni nauky)* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)]: zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. – no 45 (1266). – pp. 89-92.
 10. Poberezhna N. M. *Problemy rozvytku pidpriemstv hotelno-restorannoho biznesu* [Problems of development of enterprises of hotel and restaurant business] *Problemy oblikovo-analitychnoho zabezpechennia upravlinnia pidpriemnytskoiu diialnistiu* [Problems of accounting and analytical support of management of entrepreneurial activity]: materialy 3-i Vseukr. nauk.-prakt. konf., 26 zhovtnia 2018 r. – Poltava : PDAA, 2018. – pp. 67-68.

Надійшло (received) 21.11.2018

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Александрова Вікторія Олександрівна (Александрова Виктория Александровна, Aleksandrova Viktorija Aleksandrovna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри економічного аналізу та обліку; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3567-979X>, e-mail: vik_al07@ukr.net

Стригуль Лариса Станіславівна (Стригуль Лариса Станиславовна, Strygul Larysa Stanyslavovna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економічного аналізу та обліку; м. Харків, Україна; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2343-4234>, e-mail: lastr1@ukr.net

Чайка Тетяна Юрійвна (Чайка Татьяна, Юриевна, Chaika Tatiana Yuryevna) – кандидат економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економічного аналізу та обліку; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7622-3193>, e-mail: chaykatata@gmail.com