

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-
ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**
**INTERNATIONAL SCIENTIFIC
AND PRACTICAL CONFERENCE**



**Соціально-економічний
стан в умовах воєнного часу**

**Socio-economic situation
under wartime conditions**



**19 лютого 2024 р.
м. Суми, Україна**

**February 19, 2024
Sumy, Ukraine**

Колесніков Д. Д.

Методи державного управління доступністю
допомоги лікарськими препаратами..... 165

Лапичак Н. І.

Проблеми державного регулювання в системі
підвищення якості продукції в Україні..... 167

Лашин П. М.

Державна підтримка як вагомий аспект
стимулювання розвитку малих підприємств..... 169

Ломака О. О.

Основні фактори, що впливають на
реалізацію державної промислової
політики у Харківській області..... 171

Петренко В. П., Колісник М. О.

Про завдання вітчизняної системи публічного
управління та адміністрування енергозабезпеченням
країни в умовах енергетичного переходу..... 175

СЕКЦІЯ 8. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

SECTION 8. TOURISM, HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Жуков В. В., Костенко В. І.

Проблеми формування готельного продукту в Україні..... 181

Парицька А. В.

Роль емоційного інтелекту в сфері обслуговування..... 184

СЕКЦІЯ 9. СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО

SECTION 9. AGRICULTURE

Євдокимов Д. С., Царюк К. А., Корнева К. А., Гаврилюк О. С.

Рівень морозостійкості яблуні
колоноподібного типу..... 190

Калинка А. К., Лесик О. Б.

Вирощування нової популяції бугайців м'ясного
напрямку продуктивності худоби при різних
технологіях утримання в передгірській зоні
Карпатському регіоні Буковини..... 193

Кушим А. В., Грасс Є. О., Корнева К. А., Гаврилюк О. С.

Аналіз складових продукційного процесу черешні..... 198

Олійник Б. І., Щербатюк А. Б., Грасс Є. О., Гаврилюк О. С.

Морозостійкість яблуні..... 203

СЕКЦІЯ 8. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА
SECTION 8. TOURISM, HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

УДК 728.5

JEL Classification: Z32

Жуков В. В.,

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри готельного
і ресторанного бізнесу,

Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, м. Харків

Костенко В. І.,

здобувач першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти,
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, м. Харків

**ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ
ГОТЕЛЬНОГО ПРОДУКТУ В УКРАЇНІ**

Важливою проблемою вітчизняного ринку засобів розміщення на сучасному етапі є невідповідність існуючого готельного продукту світовим стандартам якості. Однією з особливостей вітчизняного готельного ринку є те, що його сформовано переважно за рахунок немережевих готелів. Частка мережевих готелів у загальному обсязі готелів різного типу не перевищує 2%, водночас у США аналогічний показник – 65% [1].

Готельні мережі мають низку наступних переваг у порівнянні з одиночними гравцями ринку:

- єдина система з відпрацьованими бізнес-процесами, що дозволяє формувати відомі стандарти обслуговування;
- можливість зменшення витрат;
- наявність фінансових можливостей для присутності в глобальних системах бронювання, формування власних систем бронювання, а також впровадження інновацій;
- формування програм лояльності клієнтів;
- єдиний відомий бренд у всьому світі.

Готельні мережі, сукупність яких утворює готельну групу, підвищують стійкість ринку засобів розміщення, роблячи його стандартизованішим і

прозорішим. Зростання рівня присутності готельних мереж дозволить підвищити якість готельного продукту, що пропонується в Україні.

На українському готельному ринку представлено Radisson Hotel Group є першою міжнародною готельною мережею, яка представлена на території України. Портфель компанії налічує сім різних брендів і більше 1400 готелів, що діють і будуються, по всьому світу.

Компанія Radisson Hotel Group буде представлена на території України сімома готелями під трьома брендами на 1355 готельних номерів, включаючи інші проекти, що розробляються. Зараз в Україні працюють готелі Park Inn by Radisson Kyiv Troyitska, Radisson Blu Hotel, Kyiv City Centre та Radisson Blu Hotel, Kyiv Podil City Centre у Києві, Radisson Blu Resort, Bukovel у Яремчі (Івано-Франківська область).

Найбільші мережі готелів в Україні:

- Reikartz Group – 60 готелів
- Premier Hotels and Resorts – 13 готелів
- Ribas Hotels Group – понад 10 готелів
- Vertex Hotel Group – 4 готелі
- Senator Hotels & Apartments – 3 апарт-готелі [2].

Готелі, що входять до готельних мереж, не завжди їм належать. Частина з них в управлінні або працює за франчайзингом. Різні готелі однієї мережі можуть мати різних власників.

Традиційні характеристики зарубіжних готельних груп – розвинена корпоративна культура, а також наявність у портфелі одного чи кількох брендів, що мають позитивну репутацію. Закордонні готельні оператори мають, як правило, у портфелі кілька брендів.

Особливістю розвитку зарубіжних готельних мереж на території України є те, що вони зазвичай не мають готелів у власності, відкриваючи їх переважно за договором на управління або за договором франчайзингу.

Система франчайзингу в готельному бізнесі останнім часом набуває популярності. Як зазначають представники закордонних готельних мереж, які функціонують в Україні, за останні роки досвід вітчизняних інвесторів у готельній сфері значно зріс.

Підприємці дедалі частіше роблять вибір на користь франчайзингового договору проти договору управління. Проте під час укладання договору франчайзингу з інвестором готельні мережі, зазвичай, вимагають залучення управляючих компаній для передпроектного консультування, технічного супроводу і безпосереднього управління готелем, що дозволяє мінімізувати репутаційний ризик, пов'язаний з підтримкою необхідного рівня сервісу, і навіть ризик банкрутства.

Особливістю франчайзингової системи у сфері, що розглядається, є те, що більшість франчайзингових договорів укладено на відкриття готелів середнього та низького цінових сегментів. Це пов'язано з тим, що діяльність у готелях такого класу більш стандартизована порівняно з готелями преміум класу.

Останнім часом готельєри розглядають можливості відкриття готелів у системі франчайзингу у невеликих українських містах: Полтава, Суми, с. Поляниця (Буковель), Олександрія. [2]. Договір франчайзингу на відкриття готелів економ класу та середнього класу найбільш оптимальний в економічному аспекті спосіб відкриття готелю відомого бренду у невеликих містах.

По-перше, відкриття готелів у невеликих регіональних центрах у цих цінових сегментах є доцільним в економічному відношенні.

По-друге, прогнозований рівень маржинальності в локаціях може бути недостатнім для мотивації готельного оператора взяти на себе повну відповідальність за управління готелем. Нарешті, здійснення регулярних платежів власником готелю за повне управління готелем не завжди сприяє створенню додаткової вартості для власника.

Іншою формою взаємодії інвестора та готельної мережі є система "менчайзингу". Така система поєднує в собі переваги договору на управління та франчайзингової системи: на певний термін (як правило, 5 років) укладається договір на управління; у період інвестор отримує необхідний досвід управління готельним підприємством всіх рівнях безпосередньо від представників готельної мережі; далі, коли діяльність готелю показує стабільний позитивний результат, договір трансформується на договір франчайзингу.

Такий спосіб ніяк не позначається на операційній діяльності організації, але дає змогу "виростити" ефективного управлінця, знижуючи цим можливі ризики.

Таким чином, системи франчайзингу та менчайзингу можуть стати ефективним способом залучення закордонних готельних операторів на український ринок та, як наслідок, стимулом до підвищення стандартів готельного обслуговування до світового рівня.

Список використаних джерел

1. Міжнародна готельна мережа розширюється у Києві <https://commercialproperty.ua/news/ukrainskiy-rynok/mezhdunarodnaya-gostinichnaya-set-rasshiryaetsya-v-kieve>.

2. Топ-25 найкращих міжнародних компаній в Україні https://www.dsnews.ua/vlast_deneg/top-25-luchshih-mezhdunarodnyh-kompaniy-v-ukraine-05102020-400745#google_vignette.