

УДК 330.332:338.46

## **ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ**

**Дрогомирецька М.І.**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування  
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

Сьогодні для розвитку міжнародної готельної індустрії характерною є глобалізація та інтеграція бізнесу, що знаходить своє відображення у створенні великих корпорацій і готельних мереж. Зарубіжний досвід вказує на те, що об'єднання засобів розміщення туристів в єдину готельну мережу і створення унікального бренду для такої складної структури є найбільш ефективною формою управління на ринку готельних послуг.

В окремих країнах світу попит на такі послуги значною мірою перевищує пропозицію через недостатній рівень розвитку інфраструктури і рівня сервісного обслуговування туристів. У той же час, ці країни володіють достатнім туристичним потенціалом для залучення додаткової кількості туристів. Загалом, створення якісної і доступної готельної пропозиції безпосередньо залежить від обсягу залучених у галузь інвестицій, тому розуміння інтересів іноземних інвесторів, які поступово виходять на ринок готельних послуг, є досить важливим для розробки адекватного інструментарію регулювання їх діяльності і використання його в національних інтересах. Ця проблема є актуальною і для нашої держави.

Як відомо, у світі існують три моделі організації готельного бізнесу.

Особливості американської моделі базуються на концепції готельної мережі з використанням переваг іміджу торгових марок як маркетингового інструменту, що сприяє просуванню готельного продукту на внутрішньому і зарубіжних ринках. Розвиток перших готельних мереж у США призвів до появи різноманітних форм зовнішнього управління, які, у свою чергу, сприяли підвищенню ефективності менеджменту, а також надходженню прямих інвестицій до готельного бізнесу з інших сфер ділової активності – банків, страхових компаній, торгових корпорацій тощо.

На відміну від американського, європейський підхід до організації і ведення готельної справи спочатку був більш м'яким і менш орієнтованим на стандартизацію. Однак сучасний європейський підхід до організації готельного бізнесу спрямований на максимальне охоплення цільових сегментів. Крім того, європейські компанії у своїй діяльності приділяють особливу увагу національним і культурним особливостям тих країн, у яких вони здійснюють свою діяльність, що дозволяє їм досягати значних успіхів у міжнародному готельному бізнесі.

Азіатська модель організації готельного бізнесу подібна до європейської, оскільки чітко дотримується європейських стандартів. Це

пов'язано, насамперед, із тим, що основні готельні мережі, які представлені у цьому регіоні, сьогодні належать європейським корпораціям. Ця модель відрізняється найбільшою гнучкістю в організації готельного бізнесу.

З огляду на те, що кожний регіон являє собою унікальне поєднання соціально-культурних, політичних і економічних чинників, міжнародні готельні компанії ретельно обирають стратегію виходу на ринок того чи іншого регіону, керуючись цими чинниками [1]. Це дозволяє знизити політичні та економічні ризики операційної діяльності на зарубіжних ринках. Міжнародні оператори готельного бізнесу здійснюють експансію на нові зарубіжні ринки у формі: одноосібного володіння, франчайзингу, контракту на управління чи стратегічного альянсу.

На міжнародному ринку готельних послуг наразі чітко простежується тенденція відмови від цінової конкуренції і стратегії лідерства за витратами на користь нецінової конкуренції, що базується на більш якісному обслуговуванні. Здійснюючи нецінову конкуренцію, міжнародні компанії дотримуються стратегій диференціації готельних послуг і фокусування на обраному ринковому сегменті.

До українського інвестиційного ринку готельної нерухомості іноземні інвестори почали проявляти активний інтерес лише на початку 2000-х років, однак в період світової економічної кризи відбулося суттєве зниження їхньої ділової активності [2].

Сучасний ринок готельних послуг в Україні знаходиться на етапі рецесії і характеризується наступними процесами: різким скороченням активності інвесторів, особливо іноземних, і відповідним скороченням доходів від продажу нерухомості; складністю одержання позикового фінансування; відмовою від нових проектів і концентрацією на об'єктах, введених в експлуатацію, і проектах, що знаходяться на одній із останніх стадій реалізації. Крім економічного спаду і дефіциту реального інвестиційного продукту, активність іноземних інвесторів на ринку готельних послуг України стримують такі чинники, як: політичні та економічні ризики, низький рівень розвитку туристичної інфраструктури у багатьох регіонах, нестача кваліфікованих кадрів. Переважну більшість проблем можна вирішити лише за допомогою відповідної державної підтримки, необхідної для створення сприятливого інвестиційного клімату в державі та забезпечення надійного захисту інвесторів.

Подальший розвиток ринку готельних послуг в Україні, на наш погляд, потребує створення потужної національної готельної мережі, об'єднаної єдиним брендом і високим рівнем якості обслуговування. Найбільш ймовірними тенденціями розвитку такої мережі у найближчому десятилітті можуть стати: орієнтація на сектор ділового і рекреаційного туризму; диверсифікація готельного продукту та збільшення обсягів надання готельних послуг (за допомогою франчайзингових схем спільного

підприємництва); збільшення середньої місткості номерного фонду готелів класу 2 і 3 зірки; поступова переорієнтація готельної мережі на класичну бізнес-модель.

На основі узагальнення досвіду провідних міжнародних готельних компаній і врахування специфіки українського ринку готельних послуг можемо стверджувати, що для розвитку існуючих регіональних готельних мереж доцільно використовувати наступні маркетингові стратегії підвищення конкурентоспроможності: збутова стратегія з використанням сучасних технологій продаж готельних номерів шляхом підключення до глобальних комп'ютерних систем бронювання і резервування; удосконалення комунікаційної політики за рахунок оптимального поєднання реклами, зв'язків з громадськістю та особистих продаж.

Так, зокрема, впровадження нових інформаційних технологій у готельному бізнесі сприятиме покращенню якості обслуговування. Комп'ютеризація готелів має відбуватися у напрямі їх підключення до міжнародних комп'ютерних мереж універсального і спеціалізованого призначення для здійснення функції швидкого бронювання місць у готелях будь-якої країни світу.

Готельна послуга завжди передбачає високу довіру до компанії, тому важливим завданням існуючих готельних мереж у нашій державі має стати створення високого рівня лояльності клієнтів. Це означає, що для ефективної реалізації готельних послуг сьогодні вже недостатньо запропонувати туристам привабливу ціну через розгалужену збутову мережу. Необхідно створювати відповідні програми комунікації, спрямовані на те, щоб зробити готель відомим і привабливим для туристів.

Як підсумок, можна зазначити, що розвиток готельного бізнесу в Україні, спираючись виключно на внутрішні ресурси і власний досвід, за відсутності обміну новітніми досягненнями у цій сфері, неминуче призведе до посилення відставання від міжнародного рівня, що буде означати втрачені можливості для розвитку українського готельного бізнесу. В умовах високого рівня конкуренції на міжнародному ринку лише структурні зміни в економіці нашої держави дозволять залучати необхідні обсяги прямих іноземних інвестицій і спрямовувати їх на розвиток ринку готельних послуг та відповідне підвищення рівня конкурентоспроможності туристичного ринку України.

#### Література

1. Завертяев М. Ю. Специфика деятельности мировых гостиничных цепей в условиях российского рынка гостиничных услуг / М. Ю. Завертяев // Молодой ученый. – 2014. – №17. – С. 270 – 275.

2. Семенов В.Ф. Модель формирования национальной гостиничной сети / В.Ф. Семенов, Л.В. Бортник // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2014. – № 1. – С. 97 – 100.