

Research Europe, 2024. С. 97-101.URL :
<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/18791>

4. Стамат В. М. Маркетингова стратегія підприємств сфери гостинності як чинник їх ефективної діяльності. *Сучасний стан та перспективи розвитку науки, освіти і технологій*: збірник тез доповідей міжнар. наук.-практ. конф. (м. Кременчук, 04 січня 2025 року). Кременчук : Центр фінансово-економічних наукових досліджень, 2025. С. 18-20. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/19896>

Софія ЛЕБІДЬ, Діана ЯРОВА
ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа,
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв
Науковий керівник – канд. екон. наук,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та адміністрування
Вікторія СТАМАТ

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ НІМЕЧЧИНИ

Сучасний готельний бізнес є важливою складовою туристичної індустрії та відіграє ключову роль у розвитку національної економіки. Особливого значення він набуває у країнах із високим рівнем туристичної привабливості, до яких належить Німеччина. Вона стабільно входить до числа провідних туристичних дестинацій Європи, що зумовлює інтенсивний розвиток готельної інфраструктури та формування стійких конкурентних переваг у цій сфері.

Готельний бізнес є комплексною сферою послуг, що охоплює надання тимчасового проживання, організацію харчування, дозвілля та супутніх сервісів. Основною його функцією є забезпечення комфортних умов перебування для різних категорій клієнтів: туристів, бізнесменів, учасників конференцій тощо.

Конкурентні переваги у готельному бізнесі визначаються як сукупність унікальних характеристик і ресурсів, що дозволяють підприємству ефективно конкурувати на ринку, залучати клієнтів і формувати їхню лояльність. Вони безпосередньо впливають на прибутковість, рівень завантаженості номерного фонду та загальну репутацію готелю [1].

У контексті Німеччини конкурентні переваги формуються під впливом високих стандартів обслуговування, інноваційного розвитку, екологічної орієнтації та розвиненої інфраструктури.

Готельний ринок Німеччини характеризується високим рівнем розвитку та значною конкуренцією. У країні функціонує понад 30 тисяч готелів різних категорій — від бюджетних пансіонів до розкішних п'ятизіркових комплексів.

Станом на 2023 рік серед федеральних земель Німеччини найбільш значущими для в'їзного туризму є регіони, які демонструють двозначні показники прибутків у мільйонах, а також мають частку іноземних туристів, що перевищує середній рівень [2]. Це:

1. Баварія: 36,7 млн туристичних прибуттів із часткою іноземців у 34%.
2. Баден-Вюртемберг: 21,6 млн прибуттів із часткою іноземців у 23,5%.
3. Берлін: 12,9 млн прибуттів із часткою іноземців у 39,4%, Гессен: 15,3 млн прибуттів із часткою іноземців у 25,5%.
4. Північний Рейн-Вестфалія: 23,3 млн прибуттів із часткою іноземців у 22,6%.

Попит на готельні послуги формується за рахунок:

- корпоративного туризму (близько 45%);
- рекреаційного туризму (35%);
- відвідування родичів і друзів (20%).

Важливою особливістю є відносно рівномірна сезонність, що забезпечує стабільний потік клієнтів протягом року.

Одним із ключових аспектів конкурентної переваги готельного сектору Німеччини є високий рівень сервісу, забезпечений завдяки суворо регламентованим стандартам діяльності, системному навчанню персоналу, стандартизації всіх процесів обслуговування та постійному контролю якості. Такий комплексний підхід сприяє стабільності надання послуг і формує високий рівень довіри споживачів, що відображається у високій задоволеності клієнтів, яка досягає приблизно 95%.

Важливим чинником, що визначає конкурентоспроможність готельного сектору, є різноманітність готельних пропозицій. Готельний ринок Німеччини охоплює всі цінові категорії — від бюджетних хостелів та готелів економ-класу до бізнес-готелів і закладів преміум-сегменту. Така диверсифікація дозволяє ефективно задовольняти потреби різних категорій споживачів, сприяти формуванню нішевих рішень і забезпечувати постійний попит на послуги.

Ринок туристичних послуг у Німеччині здебільшого представлений переважанням малих і середніх закладів розміщення. Хоча вони поступаються великому бізнесу за обсягами обороту, їхня роль є визначальною в окремих регіонах, зокрема в малих містах і сільській місцевості [3].

Особливістю німецьких готелів, яка відрізняє країну серед інших, є відсутність централізованої державної системи класифікації закладів розміщення. Натомість категоризацію здійснюють приватні компанії, що публікують туристичні путівники, а також готельні корпорації. Крім того, у Німеччині впроваджено регіональні системи класифікації, наприклад, систему, створену Спілкою туристичних і готельних підприємств землі Північний Рейн-Вестфалія. Категорії готелів позначаються зірками — від однієї до п'яти, причому рішення щодо присвоєння певної категорії базується на аналізі стандартного переліку критеріїв.

Окрім обов'язкових вимог, передбачених для кожної категорії, існує додатковий список послуг і оснащення, які оцінюються за бальною системою. На основі отриманих балів визначають відповідність готелю певному рівню категоризації.

Значну роль у створенні конкурентних переваг відіграють інноваційні технології. Готелі в Німеччині активно інтегрують сучасні цифрові рішення, серед яких системи онлайн-бронювання, автоматизовані системи управління (PMS), електронні ключі та безконтактна реєстрація. Також набули поширення смарт-номери з інтелектуальним управлінням, а впровадження безготівкових і мобільних платежів значно підвищує користувацький досвід гостей. Такі інновації не лише підвищують комфорт клієнтів, але й сприяють оптимізації

внутрішніх бізнес-процесів, що, своєю чергою, приводить до зниження витрат [2].

Особливе місце серед конкурентних переваг займає екологічність та орієнтованість на принципи сталого розвитку. Готелі активно впроваджують енергозберігаючі рішення, використовують відновлювані джерела енергії, забезпечують сортування та утилізацію відходів, а також застосовують екологічно безпечні матеріали. Важливим напрямом стає співпраця з місцевими виробниками, що вносить вклад у розвиток регіональної економіки. Варто відзначити, що приблизно 75% готелів мають еко-сертифікацію, що засвідчує високий рівень їхньої екологічної відповідальності та відповідність стандартам сучасного сталого туризму [3].

Отже, досвід Німеччини може стати цінним підґрунтям для розвитку готельного бізнесу в інших країнах, зокрема в Україні. Це можливо завдяки впровадженню сучасних стандартів обслуговування, інноваційних технологій та принципів сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Білоус, С., Красько, А., & Безручко, Л. (2021). Підвищення конкурентних переваг готельно-ресторанних та туристичних підприємств за допомогою методів менеджменту. *Економіка та суспільство*, (23). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-22>

2. Ткачук О. Особливості розвитку індустрії гостинності Німеччини : кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр». URL : https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/12000/%D0%A2%D0%BA%D0%B0%D1%87%D1%83%D0%BA_%D0%9E_410%D0%B7.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 05.04.2026).

3. Коцан Н. Досвід організації готельного бізнесу в Німеччині. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2018. №3 (376). С.82-88. URL : <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15206/1/11.pdf> (дата звернення: 05.04.2026).

4. Стамат В.М., Зосімова В.Р. Маркетингові інновації у готельному господарстві. *Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (17-18 листопада 2021 р., м.Миколаїв)*. Миколаїв : МНАУ, 2021. С. 138-141. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10549>