

УДК 331.446.4:640.41

Г.В. Задорожний, д-р екон. наук, проф.

В.О. Козуб, ст. викл.

А.Г. Бубенець, студ.

СВІТОВИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОСТИННОГО СЕКТОРУ

Проведено аналіз сучасних тенденцій розвитку світової готельної індустрії. Запропоновано основні напрями розвитку світового готельного бізнесу. Розроблено моделі розвитку світового гостинного сектору в умовах глобалізації.

Проведен анализ современных тенденций развития мировой гостиничной индустрии. Предложены основные направления развития мирового гостиничного бизнеса. Разработаны модели развития мирового сектора гостеприимства в условиях глобализации.

The analysis of modern lines of development of the world hotel industry is carried out. The basic directions of development of world hotel business are offered. Models of development of world sector of hospitality in the conditions of globalisation are developed.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Створення високоефективного готельного господарства є одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки будь-якої країни. Готельний комплекс, як найважливіший елемент соціальної сфери, відіграє значну роль у підвищенні ефективності суспільного виробництва і, відповідно, зростання життєвого рівня населення.

Сьогодні вибагливість клієнтів щодо рівня сервісу, конкуренція між гравцями та несприятлива економічна ситуація змінюють правила гри в готельному бізнесі на суворіші. В умовах конкурентного ринку послуги готельного обслуговування створюються на принципах сучасної гостинності, коли підприємства готельного бізнесу, обслуговуючи всі категорії громадян, мають забезпечити не лише високий рівень комфорту проживання, але й постійно підвищувати рівень сервісного обслуговування клієнтів, пропонувати широкий вибір додаткових та супутніх послуг. Усе зазначене доводить актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Швидкий динамічний розвиток готельного ринку у світі та економічні наслідки цього явища стали темою численних досліджень таких науковців, як

Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова, Н.В. Бунтова, Г.А. Бондаренко, А.І. Гергуль, Н.І. Кабушкін, В.С. Ковешников, Л. Левковська, Г. Мунин, Р. Чабан та ін. [1; 2]. На особливу увагу заслуговує визначення перспективних напрямів та моделей розвитку світового готельного господарства.

Мета та завдання статті. Метою та завданням статті є дослідження сучасних тенденцій розвитку світової готельної індустрії та розробка глобальних напрямів і моделей розвитку світового готельного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Початок бурхливого розвитку готельної індустрії припадає на 50-ті рр. ХХ ст. У середині 2011 р. компанія Deloitte, яка є найбільшим у світі незалежним джерелом даних щодо розвитку готельного бізнесу, провела дослідження Hotelbenchmark, яке підбиває підсумок розвитку готельного сектора у різних регіонах планети за перші шість місяців 2011 р. У дослідженні узагальнено інформацію про понад 7200 готелів із 1,3 млн номерів [3].

Аналіз сучасного стану світової готельної індустрії доцільно провести за регіонами світу. При цьому як основний показник розвиненості готельного бізнесу в тому або іншому регіоні використовуватимемо дохід із доступного номера (revpar – Revenue Per Available Room). Близький Схід посідає перше місце за величиною revpar – 108 дол. США проти 97 дол. США в Азійсько-Тихоокеанському регіоні та 100 дол. США в Європі (табл. 1–3) [3].

Як видно з табл. 1, revpar в регіоні Близького Сходу зріс на 17 дол. США або на 13% порівняно з аналогічним періодом 2010 р. Головною причиною зростання цього показника стало збільшення середньої вартості номера. Серед близькосхідних ринків найзначніше зростання revpar відзначено в Мускаті – на 54,8%, тобто до 164 дол. США, що зумовлено різким (на 44,2%) підвищенням середньої вартості номера. На другому місці знаходиться Ер-Ріяд – 40,3%, до 170 дол. США. Середня вартість номеру там є однією з найвищих у регіоні – 200 дол. США. Заповнюваність у Дамаску зросла на 20,7%, що привело до зростання revpar на 31,8%. До кінця першого півріччя 2009 р. на курортах Червоного моря revpar збільшився на 30%, що зумовлено зростанням заповнюваності, яка складала майже 70%.

Зниження revpar у 2011 р. мало місце лише в Бейруті та Досі: внаслідок ускладнення стосунків між Ізраїлем і рухом Хезболла в 2010 р. заповнюваність готелів у Бейруті зменшилась до 32,9% – це найнижчий рівень у регіоні. У Досі було відзначено зниження revpar на

3,6% порівняно з вдалим 2010 р., але в місті збільшилася пропозиція – відкрилися Ritz Carlton Sharq Village and Spa, Movenpick Tower і Suites Doha [3]. Як свідчить дослідження Deloitte, у перші шість місяців 2011 р. готельний бізнес Азійсько-Тихоокеанського регіону зростає швидше, ніж за аналогічний період 2010 р.

Таблиця 1 – Показники гостинного сектору за окремими напрямками Близького Сходу

Країна	Заповнюваність, %	Середня вартість номера, дол. США	Revpar	
			Дол. США	Зміни (%)
Близький Схід	70,2	154	108	13,7
Мускат	76,3	216	164	54,8
Ер-Ріяд	80,4	212	170	40,3
Абу Дабі	78,5	221	174	33,3
Дамаск	59,0	97	57	31,8
Курорти Червоного моря	68,9	67	46	30,2
Каір	75,7	95	72	18,4
Шарм-ель-Шейх	72,9	58	42	18,1
Дубай	86,1	296	255	16,4
Хургада	74,4	43	32	16,4
Олександрія	76,2	61	46	13,6
Луксор	63,7	38	24	13,4
Доха	76,9	232	179	-3,6
Бейрут	32,9	119	39	-53,6

Регіон отримує вигоду зі свого положення – після Європи він займає друге місце з турпотоків. Розвиток авіаліній економ-класу робить регіон доступнішим, туристи можуть легко відвідувати нові місця. Розвивається діловий туризм, що дає власникам готелів можливість і далі підвищувати ціни. У 2011 р. більше всього людей приїхало на азійські курорти. За першу половину 2011 р. revpar тут зріс на 58,6%, а заповнюваність – на 37,6% (табл. 2).

Ситуація на курортних островах покращала не лише в Індонезії, що зумовлено збільшеною доступністю островів. На острові Пенанг (Малайзія) зростання revpar склало 18,4%. Одночасно бурхливо розвивається Пхукет на побережжі Таїланду: і заповнюваність, і середня ціна номера зросли тут на двозначну цифру, що зумовило зростання revpar на 39,6% до 111 дол. США. Бангкок марно намагався скласти конкуренцію сусідам по регіону. Проблеми виникли і в

новому міжнародному аеропорту – через тріщини на злітній смузі кількість рейсів була скорочена.

Таблиця 2 – Показники гостинного сектору за окремими напрямками Азійсько-Тихоокеанського регіону

Країна	Заповнюваність		Середня вартість номера		Revpar	
	2011 р., %	Зміни, %	2011 р., дол. США	Зміни, %	2011 р., дол. США	Зміни, %
Азійсько-Тихоокеанський регіон	70,8	0,8	137	13,2	97	14,1
Балі	63,0	37,7	98	15,3	62	58,6
Хошимін	75,2	16,1	118	28,4	89	49,0
Бомбей	77,9	0,4	253	46,1	197	46,7
Пхукет	74,7	23,7	149	12,8	111	39,6
Ханой	81,6	5,3	104	27,6	85	34,4
Сінгапур	82,9	5,3	160	22,4	132	28,9
Маніла	77,4	2,8	104	24,2	81	27,6
Пенанг	58,9	-12,4	69	35,2	41	18,4
Бангкок	69,2	-7,8	119	11,7	82	3,0
Шанхай	66,9	5,2	144	4,2	97	-1,2

Заповнюваність у готелях столиці Таїланду знизилася на 7,8% порівняно з 2010 р., геvpar знизився до 83 дол. США. У Хошиміні зростання геvpar склало 49%. Значне зростання мало місце також у Сінгапурі й Манілі. Бомбей, де готельних номерів не вистачає і куди приїжджає велика кількість бізнес-туристів, посідає третє місце в регіоні за темпами зростання геvpar – 46,7% (197 дол. США). Бурхливо розвивається готельний бізнес у Китаї. У Шанхаї, де в 2011 р. з'явилося 6 тис. номерів, у першій половині 2011 р. спостерігалось зниження темпів зростання геvpar на 1,2% – до 97%.

Як показує результат дослідження Hotelbenchmark, за перші шість місяців 2011 р. в Європі відзначається зростання геvpar на 6,8% – трохи менше, ніж за аналогічний період 2010 р., коли зростання склало 7,2%. Незважаючи на відсутність значних спортивних подій (у 2010 р. в Турині пройшла зимова Олімпіада і Чемпіонат світу з футболу в Германії), європейські готелі в 2011 р. досягли нових успіхів. У 2011 р. в європейському регіоні середня ціна за номер зросла на 5,8% (табл. 3). Лідером стала Валенсія, у готелях якої зростання геvpar склало 38,2%

[3]. За перші шість місяців 2011 р. значно зріс геvраг в Стамбулі – на 26%. Цьому сприяла велика кількість конференцій, торговельних виставок і спортивних подій.

Таблиця 3 – Показники гостинного сектору за окремими напрямками Європи

Країна	Заповнюваність		Середня вартість номера		Геvраг	
	2011 р., %	Зміни, %	2011 р., євро	Зміни, %	2011 р., євро	Зміни, %
Уся Європа	67,1	0,9	112	5,8	75	6,8
Валенсія	70,5	3,6	95	33,4	67	38,2
Стамбул	75,0	7,1	138	16,1	104	26,0
Москва	70,7	4,7	263	15,9	186	21,3
Рейкьявік	65,2	4,0	107	14,0	70	18,5
Варшава	66,5	7,0	91	10,2	60	17,9
Барселона	71,9	2,0	149	12,4	107	14,6
Лондон	80,5	0,7	185	14,3	149	15,0
Лісабон	63,2	3,4	99	10,3	63	14,0
Готенберг	65,9	7,1	101	6,1	66	13,7
Цюріх	76,1	3,7	146	8,5	111	12,5
Афіни	3,6	67,8	149	7,1	101	10,9
Гельсінкі	66,1	4,1	121	5,6	80	10,0

Зростання геvраг в Лісабоні склало 14%. У місті пройшло декілька значних заходів, зокрема Міжнародна виставка продуктів харчування. В Афінах за перше півріччя 2011 р. геvраг збільшився на 10,6%. Особливо фінансово вигідним для міста став травень, коли місто приймало фінальний матч Ліги чемпіонів УЄФА. Крім того, лише у двох містах Європи – Лондоні й Амстердамі – готелі в середньому заповнені більш ніж на 80%. Негативні тенденції спостерігаються в Будапешті, Празі й Гамбурзі, де знижуються цифри заповнюваності готелів і показник геvраг. У липні 2011 р. кращі здавання номерів були в готелях Лондона, а геvраг тут зріс на 1,7% [3].

Найвищий же дохід із доступного номера – у готелях Москви (+27%). Незважаючи на приріст у 3,8%, показник заповнюваності готелів залишається найнижчим серед усіх міст, що потрапили в дослідження TRI Hospitality Consulting, – 68,1% [3].

Таким чином, поштовхом для стрімкого розвитку готельної індустрії за останні 20 років послужила глобалізація економіки і, як наслідок, збільшення бізнес-поїздок (на конференції, міжнародні форуми, виставки, у ділові відрядження). Цей сегмент туризму вимагає

спеціалізованих готелів, будівництво яких неухильно зростає. Констатуючи в цілому стійкий стан світової готельної індустрії, дослідження показує, що розвиток цієї сфери комерційної нерухомості відбувається нерівномірно і знаходить вираження у відмінності темпів зростання середніх цін на стандартне мешкання.

На основі вищевикладеного матеріалу ми можемо виділити головні напрями розвитку світового готельного бізнесу (рис.).

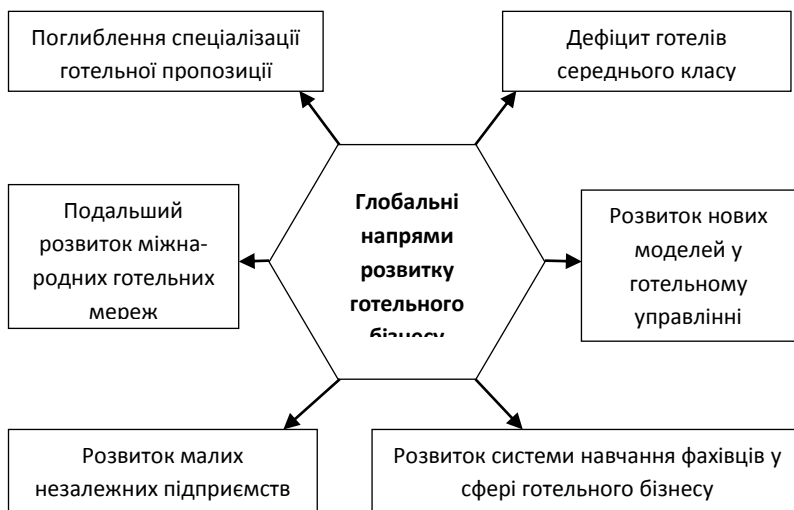


Рисунок – Головні напрями розвитку світового готельного бізнесу

До цих напрямів доцільно віднести:

1. Дефіцит готелів середнього класу. Ключовим сегментом зараз є готелі класу «три-чотири зірки» із прийнятними цінами та якісним обслуговуванням на певному рівні. Поки що цей сегмент розвивається повільно, оскільки сьогодні інвесторам вигідно будувати готелі преміум-класу, період окупності яких майже у два рази нижче.

2. Розвиток нових моделей у готельному управлінні. Зокрема, будівництво готелів-кондомініумів (від лат. *con* – «загальний» і *dominium* – «володіння»), частина номерів яких продаються приватним власникам, як квартири у звичайному житловому будинку. Власники можуть проживати у своїх номерах самостійно або здавати їх в оренду керівній компанії. Це дозволяє не лише істотно заощадити на

відпочинку, але й повернути вкладені кошти, оскільки у разі відсутності господаря його номер здається іншим постояльцям [4].

3. Розвиток системи навчання фахівців у сфері готельного бізнесу.

4. Поглиблення спеціалізації готельної пропозиції. Останнім часом поряд із повносервісними готелями стали з'являтися спеціалізовані підприємства з скороченим набором пропонованих послуг.

5. Подальший розвиток міжнародних готельних мереж, особливо в регіонах, де їх частка дуже мала, оскільки вони відіграють величезну роль у розробці та просуванні високих стандартів обслуговування.

6. Розвиток малих незалежних підприємств, що роблять ставку на унікальність і неповторність. Саме за такими готелями, вважають деякі автори [2; 4], майбутнє, бо вони комфортабельні, побудовані в особливому стилі та пропонують послуги за помірною ціною.

Якість обслуговування є основною умовою високої конкурентноспроможності пропонованих послуг на світовому готельному ринку. Потреба виживання малих і середніх підприємств готельного типу визначила нову тенденцію в спеціалізації, диверсифікації, концептуалізації та екологізації готельних послуг. Так, у готелі «Grand Hotel Excelsior» у Монтрі (Швейцарія), що складається з 22 номерів, до набору послуг входить клінічне обслуговування, послуги спортивної медицини, лікувальне голодування, курси вітамінного лікування, лікування морською водою і водоростями. Готель «Siminar-hotel» у Давосі спеціалізується на організації обслуговування конгресів, конференцій, семінарів. Готель «Lasurus Hof» (Німеччина) спеціалізується на обслуговуванні інвалідів із фізичними або розумовими відхиленнями та обладнаний спеціальними ліфтами й туалетами, широкими проходами для візків, гаражем для електроколясок. Персонал має спеціальну підготовку для роботи з такими клієнтами.

Ураховуючи сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі й туризму, ми вбачаємо такі моделі розвитку світового готельного бізнесу.

По-перше, перетворення готельних мереж із жорсткою структурою і непорушними корпоративними правилами в маркетингові мережі, які об'єднуюватимуть готелі лише єдиною назвою і загальною системою бронювання. При цьому кожен готель матиме свої особливості, що відрізняють його від інших готелів мережі. Мережа систем маркетингової інформації та бронювання дозволяє готелю стати частиною загальнонаціональної або міжнародної системи бронювання і, у той же час, зберегти свою незалежність. Готель, що входить у таку систему, оплачує послуги цих мереж, здійснюючи інші

операції з управління і просування самостійно або за допомогою спеціальних структур, перерахованих вище. Найбільшими системами такого типу в США є Quality Courts, Best Western, Best Eastern і Master Hosts.

По-друге, розвиток регіональних мереж міні-готелів, орієнтованих на вузький сегмент споживачів, які завдяки своїй мобільності та гнучкості здатні швидше реагувати на умови глобального ринку, що змінюються.

По-третє, будівництво індивідуальних екстравагантних готелів (наприклад, «Підводний будинок» (Jules Undersea Lodge) у Флориді (США) – єдиний у світі підводний готель).

Висновки. Отже, готельне господарство – важлива складова сфери послуг країни. Його ефективне функціонування є індикатором позитивних змін в економіці держави, важливою передумовою інтенсифікації міжнародних зв'язків та інтеграції країни у світове співтовариство. Готельний ринок динамічно розвивається, і все більше великих компаній, у тому числі непрофільних, активно входять у цей бізнес. Створюються й активно розвиваються готельні мережі.

Пріоритетним напрямком розвитку сфери готельних послуг є доведення їх якості до міжнародних стандартів, запровадження нових видів і форм обслуговування, що дозволить у більш повному обсязі задовольнити потреби клієнтів. У боротьбі за клієнта цілі групи готельних підприємств і кожен готель окремо постійно розширюють спектр послуг, наповнюючи ринок новими оригінальними пропозиціями. Кожен готель нагромаджує свої власні знання, які надалі визначають його унікальність і тим самим залучають клієнтів.

Список літератури

1. Смаль І. В. Глобальний і регіональний вектори розвитку туризму / І. В. Смаль // Географія в інформаційному суспільстві : зб. наук. праць : у 4 т. Т. 4. – К. : ВГЛ Обрії, 2008. – С. 139–141.
2. Ковешников В. С. Проблеми підвищення ефективності управління готельним господарством в сучасних умовах / В. С. Ковешников, Н. В. Бунтова // Туризм на порозі XXI ст.: освіта, культура, екологія : Міжнар. наук.-практ. конф., 18–20 жовтня 2009 р. : [матеріали]. – К. : КІТЕП, 2009. – 268. с.
3. Статистична інформація про стан готельного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://chinalist.ru/facts>>.
4. Гергуль А. І. Нові явища у готельному бізнесі світу кінця XX ст. та їх вплив на готельне господарство Європи / А. І. Гергуль // Туристично-краєзнавчі дослідження. – 2006. – Вип. 2. – 655 с.
5. Географія туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://world.menu.ru>>.

Отримано 30.03.2012. ХДУХТ, Харків.

© Г.В. Задорожний, В.О. Козуб, А.Г. Бубенець, 2012