

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

УДК 338.48.2:640.412/339.9.012

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2021-1.1>

Новоставська О.І.

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри менеджменту та комерційної діяльності,

Львівський інститут економіки і туризму

МІЖНАРОДНИЙ ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У статті розглянуто міжнародний готельний бізнес в умовах глобальної нестабільності. Зазначено, що функціонування готельного бізнесу та економіки у цілому напряму залежить від стану розвитку туризму в тій чи іншій країні. Представлено аналіз ТОП-20 країн світу, економіка яких залежить від розвитку туризму та готельні мережі Європи за переліком ТОП-100 готельних брендів Європи. На основі здійсненого аналізу визначено низку основних чинників, які змушують готельні господарства постійно підвищувати ефективність своєї діяльності. Однак світова практика показує, що навіть на тлі глобальної нестабільності готельні господарства залишаються надійним джерелом надходжень до бюджетів країн, у тому числі й України. Також визначено світові тенденції у розвитку готельного бізнесу, основними з яких є інтеграція та глобалізація готельної індустрії, індивідуальний підхід у потребах обслуговування клієнтів та широке впровадження нових форм інформаційно-комунікаційних технологій.

Ключові слова: міжнародний готельний бізнес, туристичний ринок, туристичні підприємства, світові виклики, глобальна нестабільність, COVID-19.

INTERNATIONAL HOTEL BUSINESS IN A CONDITION OF GLOBAL INSTABILITY

Novostavska Oksana

Lviv Institute of Economics and Tourism

The article considers the international hotel business in the conditions of global instability. It is noted that the functioning of the hotel business and the economy as a whole directly depends on the state of tourism development in a country. An analysis of the TOP-20 countries whose economies depend on the development of tourism is presented. It is determined that the leading place in the world hotel industry is occupied by the European continent, the hotel fund makes more than 55% of all world hotel fund (171 thousand hotels). The hotel fund in European countries, without losing leadership throughout history, is growing annually by an average of 2-2.5%. Thus, the European market is of strategic importance for both leading international and national hotel companies. For example, their activities in the region form the main trends in the hotel services market. The hotel chains of Europe are also presented according to the list of TOP-100 hotel brands of Europe. It is noted that if you combine the mega brand Ibis hotel brands – Ibis, Ibis Styles and Ibis Budget, they will take first place even in the number of chain hotels in Europe. Based on the analysis, a number of key factors have been identified that force hotel facilities to constantly increase the efficiency of their activities. However, world practice shows that even against the background of global instability, the hotel industry remains a reliable source of revenue for the budgets of countries, including Ukraine. Also identified global trends in the development of the hotel business, the main of which are: the development of the hotel business in the context of close cooperation with enterprises in other industries; intensification of the hotel business, which will increase the availability of hotel services for consumers; strengthening the specialization of the hotel business, which allows a clearer focus on certain segments of consumers, taking into account various characteristics; integration and globalization of the hotel industry; individual approach to customer service needs; wide introduction of new forms of information and communication technologies, which allows mobile integration into the world space.

Keywords: international hotel business, tourist market, tourist enterprises, world challenges, global instability, COVID-19.

Постановка проблеми. Спалах коронавірусу COVID-19 та запроваджені обмеження, які тією чи іншою мірою у більшості держав світу діють для стримування його поширення, спричинили зниження ділової активності підприємств, скорочення ВВП країн, зменшення туристичних потоків, а також значні фінансові проблеми як на рівні суб'єктів підприємницької діяльності, так і на рівні урядів. Готельний бізнес так чи інакше перебуває у стані динамічного розвитку,

створюється дедалі більше і більше доповнень та мережевих рішень, за допомогою яких усе частіше підприємницька діяльність у традиційних сегментах економіки пристосовується до вимог «нової економіки» та глобальної нестабільності.

Безумовно, примусова глобальна ізоляція внаслідок COVID-19 спричинила безпрецедентні економічні, політичні, соціально-культурні загрози сталому розвитку людства. Так, за оцінками Міжнародного валютного

фонду (МВФ), коронавірусна пандемія спричинить другу за масштабами після Великої депресії світову фінансово-економічну кризу. Сьогодні понад 60% промислових компаній фіксують зменшення обсягів виготовлення продукції, близько 20–25% малих та середніх підприємств або вже збанкрутіли, або перебувають на межі ліквідації. Саме тому актуальними постають дослідження, які дають змогу прогнозувати та вчасно реагувати на нові виклики пандемії COVID-19, а також надають рекомендації щодо вчасного застосування дієвих заходів, спрямованих на пом'якшення негативних економічних утрат від карантинних обмежень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти функціонування готельного бізнесу в умовах глобальної нестабільності під впливом пандемії COVID-19 знайшли відображення в багатьох працях таких науковців, як М.Г. Бойко, Г.А. Балашова, В.О. Василенко, В.Г. Герасимчук, Г.О. Горіна [1], С.В. Кальченко, В.А. Квартальнова, Т.В. Кудлай [3], А.А. Мазаракі, М.П. Мальська, Ю.Я. Опанащук, П.Р. Пуцентейло, В.О. Носенко [4], О.В. Шишкіна [7; 8], Г.А. Яковлев та ін. Однак сучасні зміни, зумовлені глобальними викликами, вимагають поглибленого аналізу та подальших науково-практичних досліджень.

Постановка завдання. Метою дослідження є сучасний стан та перспективи розвитку міжнародного готельного бізнесу в умовах глобальної нестабільності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Привабливість готельної індустрії полягає у швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у валюті. У багатьох країнах готельна індустрія розвивається швидкими темпами та має велике соціальне й економічне значення, оскільки збільшує місцеві доходи, створює нові робочі місця, розвиває соціальну та виробничу інфраструктуру, збільшує валютні надходження та ін., тому значення готельного бізнесу постійно зростає [4]. Це пов'язано з тим, що готельна індустрія є ефективним та надійним джерелом валютних надходжень до державного бюджету. Вона є дієвим чинником підвищення престижу країни в міжнародному співтоваристві та ділових колах, оскільки конкурентна перевага готелю лежить в основі його успішної діяльності на ринку.

Сьогодні світова індустрія гостинності знаходиться у жорстких умовах конкурентної боротьби за кожного клієнта і змушена вкрай стрімко реагувати на зовнішні виклики, які посилюються ще й пандемією. Однак, незважаючи на те що COVID-19 сьогодні активно продовжує поширюватися світом, розвиток готельного бізнесу не припиняється.

Сучасна готельна індустрія є однією з тих галузей, що найбільш швидко розвивається, на неї припадає 6% світового внутрішнього валового продукту і близько 5% усіх податкових надходжень у світі. Розвиток готельного бізнесу активно стимулює й розвиток інших галузей і напрямів діяльності: міжнародного бізнесу, транспортної індустрії, торгівлі, інформаційних технологій, будівництва, сільського господарства, сфери послуг у сфері краси та здоров'я, виробництва товарів народного споживання, розвитку технологій у сфері екології безпеки, інновацій та багатьох інших [9].

Резюмуючи перспективи від ефективного розвитку та гармонізації готельних господарств, уряди розробляють певні програми підтримки бізнесу. Такі

програми викликають необхідність поєднання спеціальних знань з організації надання готельних послуг. Існує низка основних чинників, які змушують готельні господарства постійно підвищувати ефективність своєї діяльності:

- посилення конкуренції серед готелів категорії 4–5 зірок у зв'язку зі значним обсягом нової пропозиції, що з'являється на ринку за останні роки;

- зниження показників доходності готелів елітного сегменту на тлі збільшення пропозиції;

- збільшення попиту на низькобюджетні готелі та, відповідно, підвищення зацікавленості інвесторів до сегменту.

За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), у світі зареєстровано понад 308 тис готельних підприємств. Основна їх кількість – 171 тис готелів – зосереджена у Європі (лідером є Італія), 88 тис – у США. Показником забезпеченості готелями визнано кількість готельних місць на одну тисячу мешканців країни. Наприклад, у Австрії цей показник дорівнює 86, у Швейцарії – 42, в Україні – 2,3 [2]. Як свідчать статистичні дані, у середньому за рік світовий готельний фонд збільшується на 3–5%. Такі країни світу, як Італія, Іспанія, Греція, Франція й низка інших туристично розвинених країн, від індустрії гостинності отримують 70% валового національного доходу.

Функціонування готельного бізнесу та економіки у цілому напряму залежить від стану розвитку туризму в тій чи іншій країні. Так, експерти Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC) провели дослідження за внеском туризму в економіку країн та його впливу на готельний бізнес. У глобальному масштабі на сектор припадає 10,4% світового ВВП, однак цей показник для низки країн значно вище. Як виявилось, найбільш «туризмозалежним» регіоном у світі є Мальдіви: тут частка туристичної галузі в ВВП країни становила 39,6%. Для порівняння: внесок туризму у ВВП Великобританії оцінюється в 3,7%, у США цей показник ще нижчий – 2,6% [10].

У цілому, як показує звіт WTTC, економіка саме екзотичних острівних напрямків найбільш уразлива від стану туристичної галузі та стану розвитку готельного підприємництва. Сектор підтримує істотну частину ВВП Сейшельських Островів (26,4%), Багамських Островів (19%), Сент-Люсії (15%), а також Белізу, Фіджі, Барбадосу і низки інших невеликих острівних держав (табл. 1).

Економіка, зокрема готельний бізнес, країн Європи не настільки сильно «зав'язана» на туризмі, як екзотичні острови. Найбільше в європейському регіоні залежать від туризму Мальта (14,2% ВВП), Чорногорія (11%), Хорватія (10,9%) і Грузія (9,3%). Деякі з напрямків, які увійшли в топ-20, уже диверсифікують свою економіку, оскільки COVID-19 змушує уряди країн вносити свої корективи як в економіку, туризм, так і в готельну індустрію зокрема.

Отже, провідне місце у світовому готельному господарстві займає Європейський континент [6, с. 26]. На його частку у 2018 р. припадало 670,4 млн туристів (50,6%) із загальної кількості 1 323,0 млн туристів у всьому світі [11]. Відповідно, і готельний фонд становить понад 55% усього світового готельного фонду (171 тис готелів зосереджено в Європі) [7, с. 169]. Готельний фонд у країнах Європи, не поступаючись

Таблиця 1

ТОП-20 країн світу, економіка яких залежить від розвитку туризму

№	Назва країни	Питома вага туризму в ВВП країни, %	№	Назва країни	Питома вага туризму в ВВП країни, %
1	Мальдіви	39,611	11	Сент-Люсія	15,0
2	Британські Віргінські Острови	35,4	12	Беліз	15,0
3	Макао	29,3	13	Фіджі	14,4
4	Аруба	28,1	14	Мальта	14,2
5	Сейшельські Острови	26,4	15	Камбоджа	14,1
6	Кюрасао	23,4	16	Американські Віргінські Острови	13,3
7	Англія	21,1		Антигуа і Барбуда	13,08
8	Багамські Острови	19,0	18	Барбадос	13,09
9	Вануату	18,2	19	Домініка	12,4
10	Кабо-Верде	17,8	20	Чорногорія	11

Джерело: складено за [5]

лідерством протягом усієї історії, зростає щорічно в середньому на 2–2,5%. За даними сайту Statista, із найдорожчих 20 міст для ділових поїздок по всьому світу за щоденними витратами на готель 10 відносилися до країн Європи [11]. Так, Лондон зайняв 2-е місце (269,8 дол. США), Цюрих – 3-є місце (264,7 дол. США), Женева – 6-е місце (239,4 дол. США), Базель – 8-е місце (232,8 дол. США), Париж – 10-е місце (223,1 дол. США), Копенгаген – 11-е місце (221,2 дол. США), Дублін – 12-е місце (219,3 дол. США), Люксембург – 14-е місце (214,6 дол. США), Мілан – 16-е місце (212,0 дол. США), Київ – 19-е місце (205,1 дол. США). Високі ціни на розміщення у Європі мають мотивуючу дію на появу міжнародних готельних мереж.

Якщо ж аналізувати дані лідируючих готельних мереж Європи у 2018 р. за переліком ТОП-100 готельних брендів Європи [12], у першу десятку входять чотири європейські готельні мережі: Accor, Inter Continental Hotels Group, Louvre Hotel Group (нещодавно куплена китайською Shanghai Jin Jiang), Whitbread, при цьому

кількість брендів і номерів у мережах сильно відрізняється (табл. 2).

Так, лідером за кількістю номерного фонду є готельна мережа Accor (країна походження – Франція), якій більше ніж 40 років та за цей час було відкрито 4 283 готелю у 95 країнах світу [8, с. 148]. Однією з особливих характеристик Accor, що виділяють її серед інших готельних операторів, є той факт, що мережа працює в усіх сегментах готельного бізнесу – від найбільш економних до п'ятизіркових готелів. При цьому сама компанія повністю володіє майже третиною готелів, 35% узяті в лізинг, 19% управляється компанією, 15% готелів працюють за договором франчайзингу з Accor [3]. Із 30 брендів мережі Accor 11 ввійшли до переліку ТОП-100 готельних брендів Європи з переважною кількістю номерного фонду у сегменті економ-класу.

Лідерами серед представлених у ТОП-10 мереж Європи були ті, що започатковані у США, – це загальносвітова тенденція. Агресивна експансія мереж США зумовлена більшим досвідом існування (вони були

Таблиця 2

Лідируючі готельні мережі Європи у 2018 р. за переліком ТОП-100 готельних брендів Європи

№	Компанія	Кількість брендів у Європі	Місце компанії у світі	Кількість номерного фонду	Перелік брендів
1	Accor Hotels	11	6	303847	Ibis, Mercure, Ibis Budget, Novotel, Ibis Styles, HotelF1, Pullman, Sofitel, Adagio, M Gallery, Fairmont
2	Marriott International	15	1	114864	Marriott Hotels, Sheraton, Design Hotels, Courtyard by Marriott, AC Hotels by Marriott, Renaissance Hotels, Westin Hotels & Resorts, The Luxury Collection, Le Meridien, Autograph Collection Hotels, The Ritz Carlton, Four Points by Sheraton, JW Marriott, WHotels, St Regis
3	IHG	4	3	106889	Holiday Inn, Holiday Inn Express, Crowne Plaza Hotels & Resorts, InterContinental Hotels & Resorts
4	Best Western Hotels & Resorts	1	11	82000	Best Western
5	Louvre Hotel Group (ввійшов у склад Shanghai Jin Jiang)	5	5	74435	Campanile, Premiere Classe, Kyriad, Golden Tulip, Tulip Inn
6	Carlson Rezidor Hotel Group	3	13	69859	Radisson Blu, Park Inn by Radisson, Park Plaza
7	Hilton World wide	4	2	4269547	Hilton Hotels & Resorts, Doubletree by Hilton, Hilton Garden Inn, Hampton by Hilton
8	Whitbread	1	24	69297	Premier Inn
9	Wyndham Hotel Group	4	4	51224	Ramada Worldwide, Tryp by Wyndham, Days Inn, Wyndham Hotels & Resorts
10	Choice Hotels International	4	7	50789	Clarion, Quality, Comfort Inn, Ascen

Джерело: складено за [12; 13]

Таблиця 3

Лідуючі готельні бренди Європи у 2018 р. за переліком ТОП-100 готельних брендів Європи

№	Бренд	Компанія	Місце бренду у світі	Кількість номерного фонду в Європі	Питома вага європейського сегменту у загальній кількості, %
1	Ibis	Accor Hotels	13	82342	58
2	Best Western	Best Western Hotels & Resorts	11	82000	27
3	Premier Inn	Whitbread	33	69297	96
4	Mercure	Accor Hotels	23	63945	66
5	Holiday Inn	IHG	44	6024	22
6	Radisson Blu	Carlson Rezidor Hotel Group	31	45600	80
7	Novotel	Accor Hotels	25	44469	49
8	Ibis Budget	Accor Hotels	37	44916	80
9	Hilton Hotels & Resorts	Hilton Worldwide	64	2500	21
10	Scandic Hotels	Scandic Hotels	-	40750	100

Джерело: складено за [13, с. 14]

одними з перших сучасних готельних мереж у світі) та необхідністю розширювати свою компанію за рахунок франшиз, що значно знижує ризики [1, с. 108]. Звичайно, найбільш відомі ті готельні ланцюги, що оперують у багатьох державах, а не обмежуються контролем готелів однієї країни. Багато готельних мереж прагнуть територіально розширити свою діяльність.

У табл. 2 наведено готельні бренди Європи з переліку ТОП-100, що мали найбільший номерний фонд у 2018 р. На першому місці знов знаходиться мережа Accor Hotels із готельним брендом Ibis, що відноситься до економ-класу [13]. Цей бренд є широко розповсюдженим на європейському ринку – 58% від загальної кількості у світі.

Якщо ж об'єднати у мегабренд Ibis готельні бренди Ibis, Ibis Styles та Ibis Budget, то в 2018 р. вони займатимуть перше місце навіть за кількістю мережевих готелів у Європі.

Таким чином, європейський ринок має стратегічне значення для провідних міжнародних та національних готельних компаній. Їхня діяльність у регіоні формує

основні тенденції ринку готельних послуг. Для лідерів національного та регіонального ринків характерне посилення конкуренції. Для утримання лідируючих позицій на регіональному ринку готельні підприємства використовують методи сегментації та створення інноваційного готельного продукту, а також розширення і диверсифікації бізнесу.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, основними світовими тенденціями у розвитку готельного бізнесу в умовах глобальної нестабільності є: розвиток готельного бізнесу в контексті тісної взаємодії з підприємствами інших галузей; активізація готельного бізнесу, що сприятиме підвищенню доступності готельних послуг для споживачів; посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дає змогу більш чітко орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак; інтеграція та глобалізація готельної індустрії; індивідуальний підхід у потребах обслуговування клієнтів; широке впровадження нових форм інформаційно-комунікаційних технологій, що дає змогу мобільно інтегруватися у світовий простір.

Список використаних джерел:

1. Горіна Г.О. Сутність та специфіка мережевої організації міжнародного готельного бізнесу. *Економіка та держава*. 2011. № 3. С. 107–109.
2. Всесвітня туристична організація : сайт. URL: <http://www2.unwto.org/en>
3. Кудлай Т.В. Контрактне управління готельними мережами : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 ; Київ. нац. торг. економ. унт. Київ, 2015. 223 с.
4. Носенко В.О., Ладиженська Р.С. Тенденції розвитку готельного господарства України в умовах побудови інформаційного середовища. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/11331689.pdf>
5. Циганов С.Я., Бунтова Н.В. Розвиток міжнародних туристичних послуг як важлива домінанта економічного зростання. URL: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/3715/3390>
6. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Козловський Р.С. Динаміка показників міжнародного туризму. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 27. С. 24–28.
7. Шикіна О.В., Нездоймінов С.Г. Моніторинг туристичного потоку в контексті стратегії регіонального розвитку. *Dezvoltarea sistemelor sociale și economice într-un mediu competitiv la nivel global : conferinta internationala știintifico-practica* (2016; Chisinau). Conferinta internationala știintifico-practica «Dezvoltarea sistemelor sociale și economice într-un mediu competitiv la nivel global», 29 februar. 2016, Chisinau. Chisinau, 2016. P. 167–171.
8. Шикіна О.В. Світовий досвід створення готельних мереж. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених ; Одеський національний економічний університет. Одеса, 2019. С. 144–149.
9. Krulj Gh.Ja. (2011). *Osnovy ghotel'noji spravy*. Kyiv: Centr uchbovoji literatury. URL: http://pidruchniki.com/14170120/turizm/teoretichni_osnovi_gotelnoho_gospodarstva (in Ukrainian)
10. WTTC Global Economic Impact and Issues-2018 : вебсайт. URL: <https://www.wttc.org/economic-impact/>
11. Statista. Статистичний портал : вебсайт. URL: <http://www.statista.com/>

12. 325 hotels. URL: http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/H1807_SpecialReport_Intro.pdf

13. The hotel brands report 2018. [hotelanalyst.co.uk](http://www.hotelanalyst.co.uk). URL: www.hotelanalyst.co.uk

References:

1. Gorina G.O. (2011) The essence and specifics of the network organization of international hotel business. *Economy and State: Coll. Science*. Kyiv: KNEU, vol. 3, pp. 107–109.

2. World Tourism Organization. Retrieved from: <http://www2.unwto.org/en>

3. Kudlay T.V. (2015) Contract management of hotel chains: dis. Cand. econ. Sciences: 08.00.04. Kyiv. nat. auction. econom. univ. Kyiv, 223 p.

4. Nosenko V.O., Ladyzhenska R.S. Trends in the development of the hotel industry of Ukraine in terms of building an information environment. Retrieved from: <https://core.ac.uk/download/pdf/11331689.pdf>

5. Tsiganov S.Ya., Buntova N.V. Development of international tourism services as an important dominant of economic growth: website. Retrieved from: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/3715/3390>

6. Shikina O.V., Goncharenko Ya.Ye., Kozlovsky R.S. (2019) Dynamics of international tourism indicators. *Market infrastructure*, vol. 27, pp. 24–28.

7. Shikina O.V., Nezdoiminov S.G. (2016) Monitoring of tourist flow in the context of regional development strategy / «Dezvoltarea sistemelor sociale și economice într-un mediu competitiv la nivel global», conferința internațională științifico-practică (2016; Chisinau). Conferința internațională științifico-practică «Dezvoltarea sistemelor sociale și economice într-un mediu competitiv la nivel global», 29 februar. 2016, Chisinau. Chisinau, pp. 167–171.

8. Shikina O.V. (2019) World experience in creating hotel networks / Tourism and hotel and restaurant business: world experience and development prospects for Ukraine: materials of the All-Ukrainian scientific-practical conference of students, graduate students and scientists; Odessa National Economic University. Odessa, 881 p.

9. Krulj Gh. Ja. (2011). *Osnovy ghotel'noji spravy*. Kyiv: Centr uchbovoji literatury. Retrieved from: http://pidruchniki.com/14170120/turizm/teoretichni_osnovi_gotel'nogo_gospodarstva (in Ukrainian)

10. WTTC Global Economic Impact and Issues-2018. Retrieved from: <https://www.wttc.org/economic-impact/>

11. Statista. Retrieved from: <http://www.statista.com/>

12. 325 hotels. Retrieved from: http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/H1807_SpecialReport_Intro.pdf

13. The hotel brands report 2018. Retrieved from: www.hotelanalyst.co.uk

E-mail: noi73@i.ua