РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

DEVELOPMENT OF TOURIST AND HOTEL BUSINESS IN GLOBALIZATION

УДК 339.13
https://doi.org/10.32843/bses.49-2

Вітер О.М.
к.п.н., доцент кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Львівський інститут економіки і туризму
Килин О.В.
к.е.н., доцент кафедри обліку та фінансів
Львівський інститут економіки і туризму
Стручок Н.М.
к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та інвестиційної діяльності
Львівський інститут економіки і туризму

Viter Oleksandra
Lviv Institute of Economics and Tourism
Kylyn Oksana
Lviv Institute of Economics and Tourism
Struchok Nataliya
Lviv Institute of Economics and Tourism

У статті розглянуто питання розвитку туристичного та готельного бізнесу в умовах глобалізації економіки. Сфера туристичного бізнесу є однією з найбільш динамічних галузей економіки. Сьогодні показники міжнародного туризму продовжують зростати. В умовах глобалізації туризм стає важливим джерелом валютних надходжень не тільки для промислово розвинених країн, але й для країн, що розвиваються. Туристичний та готельний ринок тісно взаємопов'язані та економічно залежні один від одного. Готельний бізнес мультиплікативно впливає на інші сфери економіки, формує обсяги робіт для багатьох інших галузей економіки. У 2018 р. прибутки на цьому ринку склали 550 млрд. дол. США. Залежно від національних особливостей ведення туристичного та готельного бізнесу можна проаналізувати моделі ведення готельного бізнесу, а саме європейську, азіатську, американську та східноєвропейську моделі. Кожна з моделей має свої особливості. Можна визначити рекомендації для розвитку українського готельного бізнесу.
Ключові слова: *міжнародний туризм, міжнародна готельна індустрія, моделі готельного бізнесу, європейська, азіатська, американська та східноєвропейська моделі готельного бізнесу, тенденції розвитку готельного бізнесу, готельні мережі, глобалізація.*

В статье рассмотрен вопрос развития туристического и гостиничного бизнеса в условиях глобализации экономики. Сфера туристического бизнеса является одной из самых динамичных отраслей экономики. Сегодня показатели международного туризма продолжают расти. В условиях глобализации туризм становится важным источником валютных поступлений не только для промышленно развитых стран, но и для развивающихся стран. Туристический и гостиничный рынок тесно взаимосвязаны и экономически зависимы друг от друга. Гостиничный бизнес мультипликативно влияет на другие сферы экономики, формирует объемы работ для многих других отраслей экономики. В 2018 г. доходы на этом рынке составили 550 млрд. долл. США. В зависимости от национальных особенностей ведения туристического и гостиничного бизнеса можно проанализировать модели ведения гостиничного бизнеса, а именно европейскую, азиатскую, американскую и восточноевропейскую модели. Каждая из моделей имеет свои особенности. Можно определить рекомендации для развития украинского гостиничного бизнеса.
Ключевые слова: *международный туризм, международная гостиничная индустрия, модели гостиничного бизнеса, европейская, азиатская, американская и восточноевропейская модели гостиничного бизнеса, тенденции развития гостиничного бизнеса, гостиничные сети, глобализация.*

The tourism business is one of the most dynamic sectors of the economy. Today, international tourism continues to grow. In 2018, tourism accounted for 10.4% of world GDP and 319 million jobs, or 10% of total employment. Tourism has become an important source of foreign exchange earnings not only for industrialized countries but also for developing countries. The tourism and hotel markets are closely linked and economically dependent. Hotel business has a multiplicative effect on other sectors of the economy, generating volumes of work for many other sectors of the economy. The global hotel industry has about 580.000 comfortable hotels with more than 21 million rooms. The number of rooms annually increases by an average of 2–3%. The European hotel services market model has an important place in today's global economy. The share of international tourist arrivals in this region is the largest and accounts for 52% of the world market. In the last two decades, the European hotel market has been one of the most dynamic and profitable and leading in many key indicators: the volume of the room fund, the dynamics of demand for hotel services, the profitability of the hotel room, the occupancy of the hotels, the assessment of the quality of services. Asian hotel business model. The market efficiency calculations for the World Tourism Organization identified the Asia-Pacific region as the region with the highest growth in tourism traffic in the world. As of 2018, the arrival rate in this region is 348 million, up 7% over the previous year. Tourism's revenue from this region is $435 billion, up 7% over the previous year. The American hotel business model has features both European and Asian. The centers of America's largest and oldest cities are home to luxury hotels that meet the requirements of typical European hotels, while major resorts and tourist centers in America are built with Asian-like hotels. The Eastern European hospitality model is characterized by the presence of a large proportion of post-Soviet hotel industry enterprises, as well as the availability of hotels that are typical of both European and Asian models.
Key words: *international tourism, international hotel industry, hotel business models, European, Asian, American and Eastern European hotel business models, hotel business development trends, hotel chains, globalization.*

Постановка проблеми. Глобалізація є однією з характерних ознак розвитку сучасної світової економіки. Глобалізаційні процеси великою мірою впливають на процеси, що відбуваються на світовому ринку і на одному з вагомих його складників, а саме на ринку туризму та готельного бізнесу. Жорстке конкурентне середовище, яке формується на цьому ринку, вимагає детального аналізу особливостей ринку, а також запровадження новітніх технологій, інновацій та застосування досягнень науково технічного прогресу для підвищення ефективності його функціонування. Сьогодні ринки туристичного та готельного бізнесу є ринками, які динамічно розвиваються, тому вимагають застосування найновіших та різноманітних методик і методів, які можуть впливати на підвищення якості обслуговування, отже, формувати попит на цих ринках та можливість привертати увагу більшої кількості споживачів. Як показує міжнародна практика, шлях постійного вдосконалення та інноваційних змін вибирають найуспішніші заклади світового туристичного та готельного бізнесу, тому можна узагальнити та визначити особливості, які притаманні функціонуванню світового ринку готельного бізнесу, незважаючи на його національну приналежність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз стану розвитку туристичного та готельного бізнесу та тенденції його розвитку висвітлені в працях О. Борисова, О. Бутенко, К. Гавриш, М. Мальської, О. Шикіної, О. Юрченко та інших науковців.

Однак проблеми, які постають в умовах розвитку готельного бізнесу у світі в умовах глобалізації світового господарства, є недостатньо розкритими.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сучасного стану туристичного та готельного бізнесу, який динамічно розвивається в умовах глобалізації. Залежно від національних особливостей ведення туристичного та готельного бізнесу слід проаналізувати моделі ведення готельного бізнесу в різних регіонах світу, визначити особливості, які їх характеризують.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як відомо, сфера туристичного бізнесу є однією з найбільш динамічних галузей економіки та одним із чинників глобалізаційних процесів, які відбуваються у світовій економіці. За даними СТО отримані доходи від міжнародного туризму збільшилися з 2 млрд. дол. США у 1950 р. до 104 млрд. дол. США у 1980 р., 495 млрд. дол. США у 2000 р. та 1 220 млрд. дол. США у 2016 р.

Сьогодні показники міжнародного туризму продовжують зростати. Так, у 2017 р. у туристичному секторі світової економіки створено 10,0% глобального ВВП (8 272,3 млрд. дол. США), зайнятість населення планети в цій сфері становить 9,9%, або 313,0 млн. робочих місць. Дослідження Всесвітньої ради подорожей і туризму показують, що у 2018 р. на цей сектор припадали 10,4% світового ВВП та 319 млн. робочих місць, або 10% від загальної зайнятості [1].

Аналіз світового експорту показує, що частка туризму в ньому становить 7,4% і посідає третє місце після нафти й нафтопродуктів (перше місце з часткою 8,9%) та автомобільної промисловості (друге місце з часткою 7,7%). США, Китай, Японія, Німеччина та Великобританія увійшли до п'ятірки найуспішніших світових туристичних ринків 2018 р., що формують 47% світового ВВП [2].

В умовах глобалізації світогосподарських відносин туризм стає важливим джерелом валютних надходжень не тільки для промислово розвинених країн, але й для країн, що розвиваються. Частка прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів і послуг представлена на рис. 1. Частка прибутків в Іспанії складає 60%, в Австрії – 40%, у Греції – 36%, у Швейцарії – 12%, в Італії – 11%, в Португалії – 21%, на Кіпрі – 52%. У країнах, що розвиваються, на частку іноземного туризму припадають 10–15% прибутків від експорту товарів і послуг (Індія, Єгипет, Парагвай). У деяких країнах цей показник є значно вищим, наприклад у Колумбії він становить 20%, на Ямайці – 30%, в Панамі – 55%, на Гаїті –73% [2].

Структура міжнародних туристичних прибутків у 2018 р. (рис. 2) має таку структуру: Європа приносить 609 млн. туристичних прибутків (52%), Азія й Тихоокеанський регіон – 278 млн. (23%), Америка – 191 млн. (15%), Африка – 53 млн. (5%), Середній Схід – 54 млн. (5%).

Позитивна динаміка розвитку туристичної галузі останніх років дає можливість прогнозувати збільшення її питомої ваги в структурі світового експорту та зростання частки туризму у світовому ВВП.

Туристичний та готельний ринок тісно взаємопов'язані та економічно залежні один від одного. Готельний бізнес як складова частина туристичного ринку відіграє значну роль у системі господарювання та економічному розвитку країн, а також визначає динаміку глобального економічного розвитку. Готельний бізнес, надаючи власні послуги розміщення та мультиплікативно впливаючи на інші сфери економіки, формує обсяги робіт для багатьох інших галузей економіки.

Світове готельне господарство нараховує близько 580 тис. комфортабельних готелів, що налічують понад 21 млн. номерів. При цьому кількість номерів щорічно зростає в середньому на 2–3%.

Аналіз міжнародного ринку готельних послуг свідчить про те, що у 2018 р. прибутки на цьому ринку склали 550 млрд. дол. США (рис. 3). Якщо

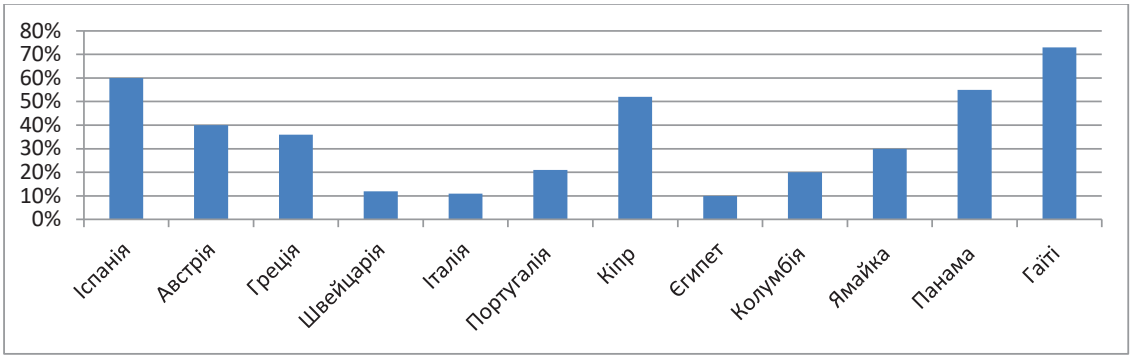

Рис. 1. Частка прибутків від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів і послуг станом на 2018 р.

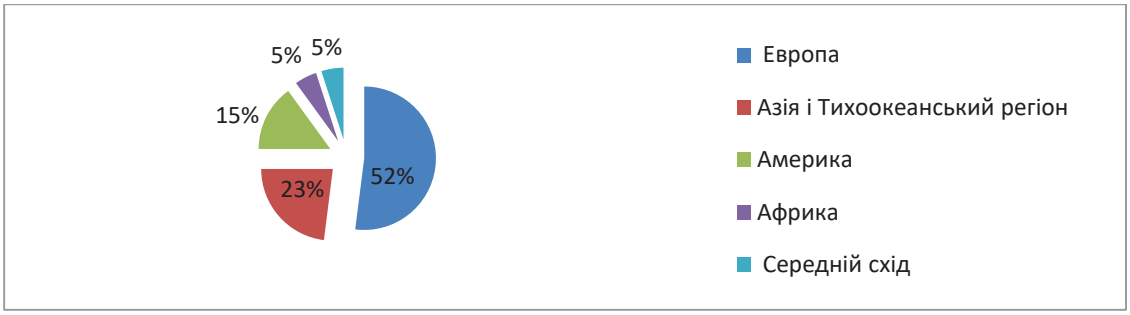

Рис. 2. Структура міжнародних туристичних прибутків станом на 2018 р.

Джерело: [1]

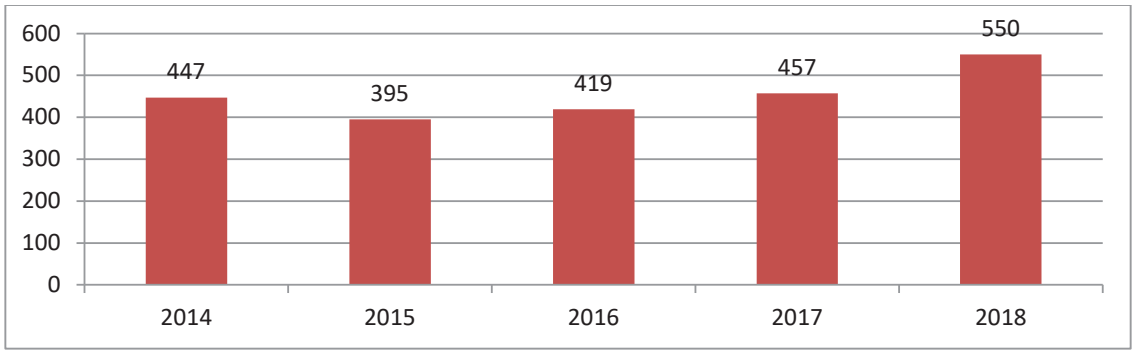

Рис. 3. Прибутки міжнародного ринку готельних послуг за 2014–2018 рр., млрд. дол.

Джерело: [1]

проаналізувати динаміку прибутків від галузі, то можна побачити, що протягом 2015–2018 рр. спостерігається стабільна динаміка їх зростання [1].

Враховуючи тенденції розвитку туризму в різних регіонах світу, можемо визначити національні особливості ведення готельного бізнесу, проаналізувати моделі готельного ринку та визначити їх характерні особливості.

Європейська модель ринку готельних послуг посідає важливе місце в сучасній світовій економіці й відображає основні тенденції розвитку світового туристичного ринку. Частка міжнародних туристичних прибутків цього регіону є найбільшою й складає 52% усього світового ринку. Важливе місце на європейському туристичному ринку посідає діловий туризм. Тут розташовуються штаб-квартири провідних світових транснаціональних корпорацій та концернів, закладів банківської сфери, активно проводяться тематичні виставки. В останні два десятиліття європейський готельний ринок як похідний туристичного ринку, є одним із найбільш динамічних і прибуткових сфер господарської діяльності. Європейський готельний ринок є провідним за багатьма ключовими показниками, зокрема обсягом номерного фонду, динамікою попиту на готельні послуги, прибутковістю готельного номеру, заповнюваністю готелів, оцінкою якості послуг. Готельний фонд у країнах Європи, не поступаючись лідерством протягом усієї історії, зростає щорічно в середньому на 2–2,5%. Багато інноваційних практик запроваджуються на світовому ринку готельних послуг саме європейськими готельними компаніями.

Серед окремих країн європейськими лідерами (топ-10) готельної індустрії за кількістю місць та за потужністю бази є Італія, Німеччина, Іспанія, Велика Британія, Франція, Туреччина, Греція, Австрія, Польща, Португалія.

Протягом 2010–2018 рр. рівень завантаження готелів у країнах Європи в середньому щорічно складав 66,64% (рис. 4). Найвища завантаженість готелів спостерігалась у 2017 р., становлячи 71,9%. Протягом 2010–2017 рр. рівень завантаженості готелів Європи щорічно зростав, однак у 2018 р. завантаженість готелів порівняно з попереднім роком знизилась на 8,7%. Загальна кількість місць у готелях країн Європейського Союзу (28 країн) складала у 2017 р. 6 595 678 місць, а середній рівень завантаження ліжко-місць становив 46,21% [2].

Протягом 2010–2018 рр. середній рівень цін за номер у готелях Європи зріс на 11,35 дол. США. Цей факт може бути одним із факторів впливу, що міг спричинити падіння рівня завантаженості у 2018 р. У 2018 р. порівняно з 2017 р. середня ціна за номер готелів Європи зросла на

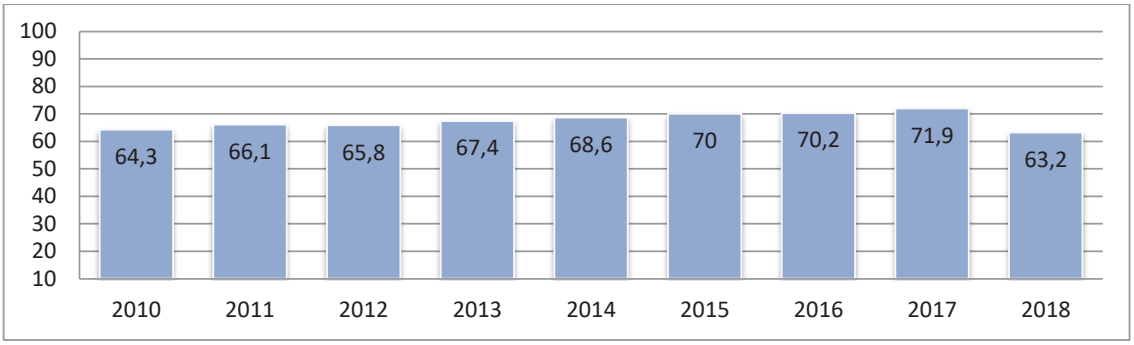

Рис. 4. Рівень завантаження готелів країн Європи у 2010–2018 рр.

Джерело: [2]

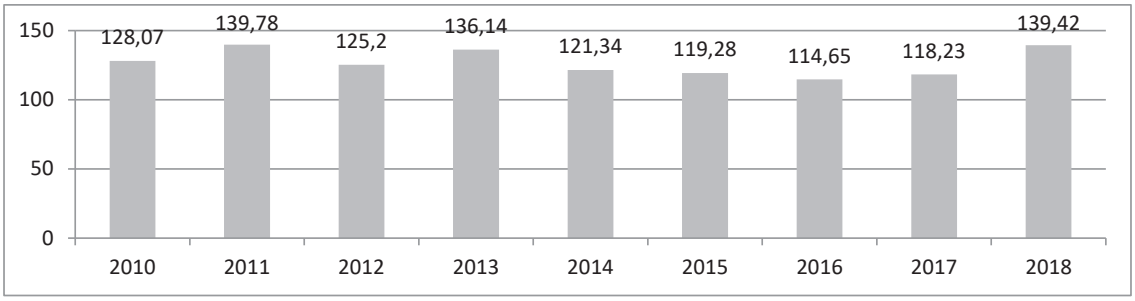

Рис. 5. Середній рівень цін за номер в готелях Європи за 2010–2018 рр.

Джерело: [2]

21,19 дол. США. Середня ціна за номер у регіоні Європи у 2018 р. посідала друге місце після регіонів Середнього Сходу та Африки, що свідчить про загальну тенденцію до зростання цін у Європі [4].

В сучасних умовах господарювання для європейського готельного бізнесу характерні такі особливості:

– формування корпоративних мереж, що володіють численними підприємствами;

– тенденція до скорочення місткості номерного фонду, що підсилює індивідуалізацію обслуговування клієнтів;

– вишукані й стильні інтер'єри, висока репутація та популярність, висококласне обслуговування, що є головними перевагами готелів, на противагу розкоші;

– розташування найбільш дорогих готелів в унікальних місцях і будівлях, історичних центрах міст;

– традиційність і вимогливість дорогих готелів в обслуговуванні по відношенню до відвідувачів;

– автоматизація європейських готелів, що не замінює особистісних відносин із відвідувачами;

– сильніше вираження готельної сегрегації, яка приводить до того, що відвідувач дорогого готелю ніколи не зіткнеться в холі з гостем іншого соціального статусу;

– диверсифікованість пропозиції: від дешевих придорожніх готелів до вкрай дорогих елітних готелів [7].

Отже, розробляючи рекомендації для підвищення ефективності діяльності готельних комплексів України, маємо враховувати особливості та новації, що запроваджуються на європейському ринку готельної індустрії.

Розрахунки ефективності ринку, зроблені для Всесвітньої Організації Туризму, визначили азіатсько-тихоокеанський регіон як область з найвищим зростанням динаміки туристичної відвідуваності у світі. Зі зростанням у 9% порівняно зі світовим середнім зростанням у 6% він залишається другим напрямком, що вибирають туристи усього світу після Європи [3].

Азіатська модель ведення бізнесу сильно відрізняється від європейської моделі, оскільки бізнесова діяльність, банківська система, кредити підпорядковуються Корану. Проте туристична сфера цього регіону є надзвичайно привабливою для світового туризму. Туристичний ринок та сектор ділового туризму не відстають від європейських. Вони можуть похвалитися виставковими центрами, які приймають щорічно близько сотні виставок, левова частка яких є найбільшою в Азії та одними з найбільш значущих у світі.

Частка азіатських та тихоокеанських прибутків у структурі міжнародних туристичних прибутків становить 23%. Станом на 2018 р. рівень прибуття в цей регіон становить 348 млн. осіб, що на 7% вище за попередній рік, а дохід цього регіону від туризму становить 435 млрд. дол., що на 7% більше за попередній рік [2].

Азіатська модель готельного ринку протилежна європейській, що відбивається в любові азіатів до розкоші, показного багатства, гігантизму. Саме в Азії розташовані найвищі (Шанхай), найміcткіші (Бангкок) і найрозкішніші (Дубай) готелі світу. Якщо в Європі категорія готелю обернено пропорційна її місткості, то в Азії навпаки.

Готелі азіатських країн мають такі особливості:

– мережі незалежних підприємств, що об'єднуються між собою для використання спільної системи бронювання;

– велика площа номерів і громадських приміщень;

– велика місткість;

– розкіш і багатство інтер'єрів, особливо екстер'єрів готелів;

– невисокі (порівняно з Європою) вартість та доступність послуг;

– можливість користування різноманітною інфраструктурою й додатковими послугами;

– велике поширення систем обслуговування "All inclusive" і "Ultra all inclusive" [7].

В американській моделі ведення туристичного бізнесу важливу роль також відіграє діловий туризм. Сполучені Штати – це один із пріоритетних напрямків ділових поїздок для світових бізнес-структур. Навчання та підвищення кваліфікації з певних спеціальностей (авіація, будівництво, IT) у США є запорукою успішної кар'єри в будь-якій країні світу. Причини цього криються в тому, що американська економіка є прикладом для наслідування всьому світу, а різноманіття виробництва дає змогу успішно вести справи з компаніями США практично в будь-якій сфері діяльності. На 2018 р. частка прибутків у цьому регіоні становить 216 млн, що на 2% перевищує попередній рік, а дохід від туризму складає 334 млрд. доларів США.

Американська модель ведення готельного бізнесу має риси як європейської моделі, так і азіатської. В центрах найбільших та найстаріших американських міст (Філадельфія, Бостон, Новий Орлеан) поширені готелі класу люкс, які відповідають вимогам типових європейських готелів (стиль, невеликі розміри, індивідуальне обслуговування). З іншого боку, основні курорти й туристичні центри Америки (Майями, Лос-Анджелес, Лас-Вегас) забудовані готелями, які зовні й внутрішньо нагадують азіатські (велика місткість, розкіш, величезна розвинена інфраструктура) [6].

Східноєвропейська модель гостинності відрізняється від європейської завдяки наявності великої частки пострадянських підприємств готельної індустрії, а також, як і в американській моделі, сусідством готелів, типових як для європейської, так і для азіатської моделей. З іншого боку, сучасний етап розвитку готельного ринку на пострадянському просторі Європи характеризується будівництвом нових засобів розміщення, типових як для Європи, так і для Азії [5].

Одна з ознак глобалізації у готельному бізнесі на пострадянському просторі проявляється у формуванні готельних мереж. Міжнародні готельні мережі на пострадянському ринку готельних послуг лише започатковують свою діяльність і відіграють значну роль у розробленні та просуванні високих стандартів обслуговування клієнтів. Причинами успіху готельних мереж є сталість якості продукту, ідентичність послуг на різних підприємствах, а також доступність цін [4].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, готельне господарство – це важлива складова частина туристичної галузі та сфери послуг. Туристичний та готельний ринок динамічно розвивається, все більше великих компаній активно входять у цей бізнес і формують конкурентний ринок. Національні особливості розвитку туристичного та готельного ринку дають можливість проаналізувати й визначити основні моделі туристичного та готельного бізнесу та основні тенденції їх розвитку. Ефективне функціонування туристичного та готельного бізнесу є важливим індикатором позитивних змін в економіці кожної країни, важливою передумовою інтенсифікації міжнародних зв'язків та інтеграції країни у світове співтовариство.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. World Travel & Tourism Council (WTTC). URL: http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports (дата звернення: 29.01.2020).

2. Global tourism industry – Statistics & Facts. URL: https://www.statista.com/topics/962/global-tourism (дата звернення: 29.06.2019).

3. Туризм у Європі. Європейська комісія. Eurostat. URL: http://epp.eurostat.ec.europa.eu (дата звернення: 29.06.2019).

4. Вітер О., Килин О. Стан та перспективи розвитку туризму в Україні. *Глобальні та національні проблеми національної економіки*. 2017. № 16. С. 133–138.

5. Шикіна О. Моніторинг структури готельних брендів Європи. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2019. № 3 (266). С. 178–201.

6. Шикіна О. Динаміка розвитку міжнародної готельної індустрії на прикладі готельних мереж. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. № 12 (210). С. 82–91.

7. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2014. Вип. 34. С. 292–300.

REFERENCES:

1. World Travel & Tourism Council, Available at: http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports (accessed 29 January 2020).
2. Global tourism industry – Statistics & Facts, Available at: https://www.statista.com/topics/962/global-tourism (accessed 29 June 2019).
3. Turyzm u Yevropi (2019), Yevropeiska komisiia. Eurostat, Available at: http://epp.eurostat.ec.europa.eu (accessed 29 June 2019).
4. Viter O., Kilin O. (2017) Stan ta perspektivi rozvitku turizmu v Ukraini. [State and prospects of tourism development in Ukraine]. Global'ni ta natsional'ni problemi natsional'noï ekonomiki. № 16, pp. 133–138.
5. Shykina O. (2019), Monitorynh struktury hotelnykh brendiv Yevropy. [Monitoring the structure of hotel brands in Europe]. Naukovyi visnyk Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu. Vol. 3 (266), pp. 178–201.
6. Shikina O. (2018), Dinamika rozvitku mizhnarodnoi gotel'noi industrii na prikladi gotel'nikh merezh. [Dynamics of development of the international hotel industry on the example of hotel chains]. Aktual'ni problemi ekonomiki. № 12 (210), pp. 82–91.
7. Yurchenko O. (2014), Innovatsii v hotelnomu biznesi na suchasnomu etapi.

[Innovation in the hotel business at the present stage].Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia «Mizhnarodni vidnosyny». Vol. 34, pp. 292 – 300.