

3. Статистичний збірник «Регіони України», 2019. Частина 1. За ред. І.С. Вернера. Київ, 2020. 276 с.
4. Царик Л. П., Поплавська І. В. Організація соціальної сфери областей Подільського регіону: суспільно-географічне дослідження. Наукові записки ТНПУ. Серія: Географія. Тернопіль: СМП «Тайп». 2021. № 1 (50). С. 47-57.
5. Флінта Н. Географічні дослідження освітнього комплексу регіону. Українська географія: сучасні виклики. Зб. наук. праць у 3-х т. К.: Прінт-Сервіс, 2016. Т. III. С. 142-144.
6. Kuzyshyn A., Poplavska I. Analysis of Territorial Differences of the Social Sphere elements in the Areas of the CarpathianPodillia Region. Journal of Geology, Geography and Geocology. Dnipro, 2018. №27(2). P. 285-293.
7. Сайт інформаційної системи управління освітою. URL: <https://km.isuo.org>.

Бунько У.

*магістрантка II курсу
спеціальності 106 Географія
Науковий керівний – доц. Флінта Н.І.*

СУЧАСНА ГОТЕЛЬНА ІНДУСТРІЯ СВІТУ

Постановка та актуальність проблеми. В сучасному світі готельне господарство є структурою в економічній системі країни, регіонів, туристичних центрів і, в провідних державах світу, становить велику частину бюджету країни, Тому його розвиток та ріст є як ніколи актуальним на тлі розвитку інших сфер, адже він забезпечує зростання внутрішньо-валового продукту (ВВП) та зосереджений на отриманні прибутку. Виходячи з цієї постанови, ми можемо стверджувати, що поставлена нами мета гарантує розширене пояснення та подальші дії у розвитку готельного господарства світу.

Виклад основного матеріалу. Сучасний період розвитку готельної індустрії починається після Другої світової війни. Його особливості пов'язані з масовим характером туризму, який стає об'єктом інтересу значної частини населення насамперед у високорозвинених країнах. Розвиток туризму та висока ділова активність населення зумовлює формування упродовж 50-70-х років ХХ ст. потужної мережі закладів розміщення, харчування та розваг [7].

Згідно даних Всесвітньої туристичної організації (ВТО), у 1980 р. у світі нараховувалось 8 млн готельних номерів, у 2003 р. їхня кількість збільшилась до 15,4 млн Лідерами щодо частки номерного фонду є Європа (38,5% від загальної кількості) та США (33,5%). В останнє десятиріччя ХХ ст. найбільше збільшення кількості номерів спостерігається у Південній Азії, з 111,1 тис. до 171,5 тис., друге місце займає Східна Азія і Тихоокеанський регіон, де нараховувалось 3,5 млн номерів і збільшення становило 45,3%.

На сучасному етапі світове готельне господарство сформовано орієнтовно 350 тисячами комфортабельних готельних підприємств. Номерний фонд становлять понад 14 млн номерів (~ 20 млн місць).

З кожним роком кількість номерів збільшується на 3-4%. Провідне місце в готельному господарстві займає Європа, готельний фонд якої становить 45% від світового.

Темпи зростання готельної індустрії розрізняють за регіонами:

- Європа - 2-2,5% на рік (45% світового готельного фонду);
- США – 3-4% на рік (30% світового готельного фонду);
- Азія – 15-20% на рік (14% світового готельного фонду);
- Африка – 10-12% на рік (3% світового готельного фонду);
- Австралія й Океанія – 3-4% на рік (3% світового готельного фонду).

Лідерами щодо кількості готельних номерів є:

- США - 3,5 млн номерів;
- Японія – 1,65 млн номерів;
- Італія – 1 млн номерів;
- Франція, Іспанія, Англія, Китай – по 0,5 млн номерів;
- Австрія, Мексика, Канада, Греція – по 0,3 млн номерів;
- Таїланд, Росія, Туреччина, Індонезія – 0,15-0,23 млн номерів;
- Швейцарія, Бразилія, Аргентина – менше 0,15 млн номерів.

Лідери щодо темпів зростання готельних підприємств – Китай, Малайзія, Іспанія, Німеччина, Аргентина та Сінгапур [1].

На фоні швидкого загального збільшення кількості готельних підприємств, сучасна світова сфера гостинності перетворилась в індустрію з багатомільярдами доходами у всіх сегментах ринку.

У сучасній структурі готельних підприємств поряд з типовими повносервісними готелями активно розвиваються спеціалізовані заклади розміщення зорієнтовані на обслуговування певного сегменту туристичного ринку. Спеціалізовані підприємства згідно профілю виробничої діяльності орієнтуються на обслуговування певної категорії гостей, формують вузький перелік послуг, наприклад, зорієнтований на клієнтів, які приймають участь у конференціях, конгресах, проводять активний відпочинок та ін. Головне завдання спеціалізованих підприємств полягає у створенні максимального задоволення і комфорту під час відпочинку [6].

Важливим напрямком оптимізації технологічного процесу у готельному бізнесі є диверсифікація виробництва, що пов'язується з розширенням виробничих можливостей готельного підприємства за рахунок раціонального використання ресурсів. Сьогодні готельні підприємства диверсифікують як окремі послуги – пропонують клієнтові згідно попиту та ціни найбільш прийнятний її варіант, водночас інформують клієнтів про нові форми діяльності у цьому виді сервісу. При спорудженні фешенебельних готелів та готелів середнього класу, сьогодні обов'язковими є розважальні, спортивні, оздоровчі послуги, послуги гастрономічних закладів, плавального басейну, фітнес-клубу, сауни, солярію, нічних клубів, косметичних салонів та інших закладів з надання додаткових послуг.

Сьогодні у готельній сфері широко використовують інформаційні електронні системи управління і резервування місць. Спеціальні системи розроблені для готельного сервісу забезпечують виконання систем управління і контролю номерним фондом, використання технічних засобів, ведення рахунків, безпеки тощо. Використання технічних засобів в

автоматизації та інформаційному забезпеченні готельної сфери зумовило використання кваліфікованої праці, серед персоналу збільшилась кількість операторів з інформаційного управління, програмістів, порт'єс-операторів.

Великі готельні корпорації з розгалуженою мережею готельних підприємств використовують єдину систему бронювання місць інтегрованих у глобальну систему Інтернет. Серед найбільш відомих систем виділяється «Amadeus», «Worldspan», «Galileo», «Sabre», «Fedelio Hotel Bank». «Amadeus» найбільш популярна система бронювання, що пропонує скореговану, чітку інформацію про розміщення у близько 35 тис. готелів та інших засобах розміщення у всьому світі. Ця система надає інформацію про розташування готелю, його номерний фонд, послуги, тарифи, окрему інформацію щодо поселення у якому розташоване готельне підприємство [2].

Для сучасної готельної індустрії характерні різноманітні та складні типи управління представлені одноосібним управлінням, менеджментом, франшизою, орендою, консорціумами, а також різноманітним їх поєднанням. Значна кількість компаній, що володіє готелями, організовує управління професіоналами-менеджерами на підставі договору про управління.

Типова сьогодні форма управління, коли окремі компанії управляють не тільки власними готелями, але й готельним бізнесом, що належить іншим власникам. Частина власності готельного господарства представлена в акціонерній формі – власники володіють контрольним пакетом акцій або представляють лише незначну його частку, можуть продавати права франшизи, а також володіти часткою власності, що входить в консорціум. Інші учасники ринку займаються лише менеджментом або франчайзингом.

Однією із основних тенденцій у готельній індустрії останніх десятиліть, насамперед великих готельних корпорацій у США і Канаді, є участь у їхній діяльності великих інвестиційних фондів нерухомості. У поєднанні з іншими формами фінансування інвестиційні фонди докорінно змінили структуру організації готельного бізнесу, відокремивши право власності та управління готелями. Внаслідок впровадження цього виду фінансування виник новий тип власників готелів, які лише володіють нерухомістю, що приносить доходи, і адміністраторів, які забезпечують ефективне управління в умовах жорсткої конкуренції. Відповідно до форми управління сформувались два типи спеціалізації у готельній сфері: перший – зорієнтований на максимальне задоволення споживачів у довготривалій перспективі, другий – зорієнтований на фінансові інтереси інвесторів, що найчастіше має короткотерміновий характер [3].

Новації у законодавстві щодо пільгового оподаткування зумовили широке інвестування готельної сфери та зміни у стратегії розвитку підприємництва. Наприклад, відома готельна корпорація «Starwood» складається з «Starwood Hotels & Resorts», американського інвестиційного фонду «REIT» і «Starwood Hotels & Resorts Worldwide» – управляючої компанії, яку фонд найняв для управління мережею готельних підприємств. Активно охоплюють ринок готельних послуг ріелтерські компанії у Європі. Основними інвесторами

виступають пенсійні фонди та банки, що вкладають гроші у готельну сферу за контрактами близькими з US REIT.

Сьогодні готельні ланцюги охоплюють 30% готельного ринку світу, понад 200 корпорацій, з яких 25 – найбільші і контролюють 25% світового профільного ринку. Найчастіше масштаб готельної групи визначається кількістю готельних номерів. Згідно з цим критерієм на світовому ринку сьогодні домінують американські компанії. Вісім із десяти найбільших компаній розташовані в США, тут також знаходиться більше половини з п'ятдесяти найбільших готельних ланцюгів. Крім США, найбільшими готельними ланцюгами володіє Великобританія, тут зосереджено сім великих компаній, Іспанія і Японія – по чотири компанії та ще п'ять держав. Згідно участі торгових марок, сім з десяти належать компаніям США, а також Великобританії та Франції, зокрема відома корпорація «Accor».

На початок цього століття найбільшими конкурентами американських компаній у Європі були «Bass», «Accor» і «Sol Melia». Упродовж 1998-2000 рр. провідні європейські компанії значно зміцнили свої позиції на регіональному ринку та за його межами, загальна кількість номерів збільшилась на 13,7%. Аналіз статистичних даних розвитку світової готельної індустрії свідчить, лідером останніх років є американська компанія «Candant», що займає перше місце за кількістю готельних підприємств – 6455 і номерів – 541315, та кількості франшиз – 6455 [8].

Водночас, проводити чіткий порівняльний аналіз на основі фактичних даних згідно єдиних критеріїв досить важко. Наприклад, за критерієм присутності на світовому ринку найвищий рейтинг має англійська компанія «Bass Hotels & Resorts», а «Marrriot» займає перше місце за кількістю готелів якими управляє. Французька корпорація «Accor» відома широким спектром охоплення ринку у різних категоріях готелів – від однозіркових «Etar» до п'ятизіркових «Sofitel». Сучасні тенденції в умовах жорсткої конкуренції найчастіше пов'язуються із закріпленням корпорації лише у вузькому сегменті ринку та зміцнення у цій позиції своєї торгової марки за рахунок поглинання окремих підприємств та інших готельних мереж. Розширення спеціалізації зі створенням нової торгової мережі у готельній сфері сьогодні виняткове явище. Проте, необхідно зазначити, окремі ринкові тенденції та бурхливий розвиток нових технологій зумовлює створення не лише нових підприємств, а також нових типів готелів [5].

Інші лідери готельних послуг, що разом формують п'ятдесят глобальних корпорацій, зосереджують лише 26% всіх готельних номерів. Поряд з глобалізацією у готельній сфері розвиваються національні компанії, часто представлені національними готельними мережами («Dorint», «Maritim» – у Німеччині, «Jolly» в Італії, «Fujita Kanko» в Японії, «Southern Sun Hotels» в Південній Африці, «Scandic Hotels» у Швеції та ін.). Таким чином, поряд із тенденціями до консолідації, готельна сфера сьогодні головним чином представлена незалежними підприємствами або невеликими компаніями [4].

Однією із важливих тенденцій сьогодні є посилення позицій готельних

корпорацій у суміжних галузях – туристичній, транспортній, сфері нерухомості та ін. Для готельних корпорацій глобального рівня аналітики готельного бізнесу визначили такий рівень структурно-геопросторової організації – присутність у 120-и країнах, наявність 250 тис. номерів та 1000 готелів. Згідно провідних позицій у світі, Північну Америку презентує корпорація «Cendant», у Південній Америці лідирує «Six Continents», в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні – перше місце займає «Six Continents», друге – «Accor».

Висновки. Застосувавши такі методи, як порівняльний, метод синтезу та аналізу, ми дійшли висновків, що готельне господарство світу розвивається з неоднаковою швидкістю, хоча потенціал деяких країн світу є доволі високий, але є певні чинники, які впливають на повільніший ріст, здебільшого це економіка, екологія та географічне розташування. Завдяки статистичного методу ми наводимо приклади нерівномірного роз приділення готельних господарств. У результаті нашої роботи ми отримуємо чітку ієрархію та лідерів світу з розвитку, та можемо встановити характерні риси формування готельного господарства тієї чи іншої країни світу.

Список використаних джерел

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов. М., 2004. 464 с.
2. Квартальной В А. Иностраный туризм. М.: Финансы и статистика, 2007. 232 с.
3. Квартальной В А. Туризм: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2007. 336 с.
4. Мальська М. Я., Худо В. В. Туристичний бізнес; теорія і практика: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
5. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. К.: Знання, 2008. 661 с.
6. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. К., 2004. 394 с.
7. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. Чернівці, 2003. 182 с.
8. Смалъ І.В. Основи географії рекреації і туризму. Ніжин, 2004. 173 с.