

ОЦІНКА СТАНУ СВІТОВОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Сучасний готельний бізнес надзвичайно динамічний — за рік у світі укладається десятки великих угод, на кшталт придбання Hilton Hotels Corp компанією Blackston Group, введення в дію нових брендів, наприклад, All Seasons французькою готельною корпорацією Accor, та сотні контрактів щодо управління, придбання франшиз, переходу готелів в інші мережі.

Самостійне планування підприємством готельного господарства своєї діяльності потребує постійного моніторингу стану ринку, готовності до ринкових коливань з метою забезпечення реалізації стратегії саморозвитку й економічного виживання в умовах конкуренції і кризових явищ в економіці.

Економічна криза — це період пошуку найбільш ефективних рішень для бізнесу. Структурні зміни в готельному господарстві України потребують впровадження уніфікованих технологій з метою створення нової політики «готельної марки» — підвищення якості послуг і комфортабельності підприємств готельного господарства.

Оцінка стану підприємств готельного господарства у світі в цілому та в Україні зокрема здійснена в роботах таких зарубіжних і вітчизняних вчених, як О. О. Гаца [1], О. М. Гараніна [2], А. О. Змійова [1], Г. О. Зінов'єва [1], Джона Р. Уокера [3], К. П. Максимця [1], Г. Б. Муніна [1], Х. Й. Роглева [1], Є. В. Самарцева [4], В. Яковлева [6].

Проте детально і всебічно останні тенденції як на світовому, так і на вітчизняному ринках готельних послуг із врахуванням рейтингу провідних готельних корпорацій світу, а також найбільш популярних готельних мереж і брендів в Україні та закордоном в умовах кризових економічних явищ ґрунтовно не розглядалися, що і викликало необхідність здійснення подальших досліджень.

Метою статті є дослідження стану готельної індустрії у провідних країнах світу, цінової політики готелів у країнах Європи і здійснення екскурсу у становлення готельної галузі України від перших років незалежності до сучасного етапу світової кризи з урахуванням підготовки до міжнародного футбольного чемпіонату «Євро-2012».

Консалтингова компанія MKG Hospitality, яка займається дослідженням фінансово-господарської

діяльності підприємств сфери гостинності у країнах Європи, виділила серед основних показників цінової політики готелів такі показники, як ціна за преїскурантом (Rack Rate) та середня ціна реалізованого готельного номера (Average Daily Rate (ADR)). Оцінка їх динаміки у країнах Європи ще раз підтвердила твердження про те, що готельний бізнес вступив у фазу рецесії, адже в деяких країнах середня вартість номера у 2008 р. зросла більш, ніж на 10 % [7, с. 38].

Динаміка Rack Rate на двомісні готельні номери відповідної категорії («*») у країнах ЄС за 2007–2008 рр. представлена на рис. 1.

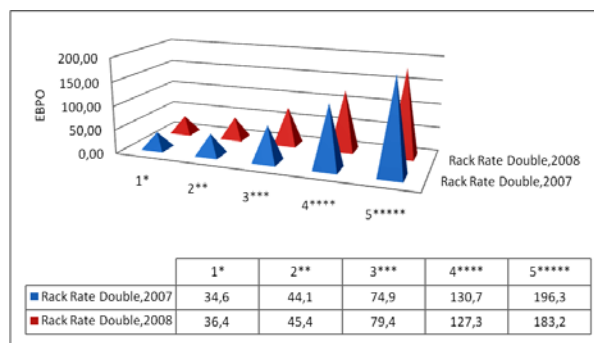


Рис. 1. Динаміка цін на двомісні готельні номери у країнах ЄС за 2007–2008 рр. [7]

Показники готельної економіки різних країн відрізняються залежно від в'їзних туристичних потоків. Так, наприклад, у Німеччині та Великобританії, де основним сегментом вважається бізнес-туризм, у 2008 р. порівняно з 2007 р. було відмічено помітне зниження Rack Rate на 1,5 % і 2 % відповідно. Значне падіння ціни у 2008 р. за преїскурантом готельного комплексу спостерігалося в Іспанії та Італії, де готелі преміум-класу в умовах жорсткої конкуренції змушені були піти на зниження Rack Rate.

В Центральній і Східній Європі також спостерігається тенденція до зниження цін на готельні номери, зокрема в Чехії — на 12,2 %, у Словенії — на 12,5 %, в Латвії — на 13,3 %, а у Словаччині — на 16,6 %. Проте абсолютними лідерами зростання у 2007 р. були Люксембург (13,1 %) і Мальта (28,6 %).

Потребує аналізу стан готельної індустрії у провідних зарубіжних країнах, а також тенденції їх цінової політики.

Великобританія. Готельна індустрія Великобританії налічує чимало готельних операторів, зокрема найбільшими вважаються InterContinental Hotels Group (IHG) та British Hospitality Association. IHG – це готельна корпорація Великобританії (штаб-квартира у м. Віндзор), яка займає перше місце в рейтингу найпопулярніших готельних брендів світу. Доцільно наголосити на тому, що InterContinental Hotels Group підписало франчайзингову угоду з Німецькою компанією Foremost Hospitality GmbH, яка дозволить до 2016 р. відкрити 20 нових готелів Holiday Inn та Holiday Inn Express у найбільших містах країни. А British Hospitality Association займає місце національної готельної асоціації, яка об'єднує 1500 готелів Великобританії [8, с. 42].

Всі засоби розміщення у Великобританії класифікуються на два види: готелі (Hotels, Lodge і Country House); приватні готелі та гостьові будинки (Private Hotels, Guesthouses), фермерські будинки (Farmhouses) та невеликі придорожні готелі (Inn). З метою оцінки рівня комфортабельності готельних комплексів у Великобританії застосовується система «корон».

Згідно з даними аналітичних досліджень британської компанії HRG, які були проведені за результатами першого півріччя 2007 р., Лондон займає шосте місце в рейтингу найбільш дорогих готелів світу. Середня ціна готельного номеру (Average Room Rate) тут сягала 145,14 та 152,2 фунтів стерлінгів протягом 2006–2007 рр. відповідно.

Проте світова економічна криза досить серйозно вплинула на британську готельну індустрію – адже ціни на готелі Лондона завжди були тісно пов'язані з його статусом, як важливої ділової та культурної столиці. В сучасних умовах, коли у світі спостерігається зниження мобільності бізнесу, британська готельна індустрія, як і Європи в цілому, вступила у фазу рецесії.

Франція. В першій тридцятці кращих готельних операторів світу представлені дві французькі готельні мережі Ассог (м. Париж) та Groupe du Louvre (м. Торсі).

У Франції всі готелі класифікуються на 6 категорій (від 1 до 4 зірок, 4 зірки люкс та готелі без категорії). Слід відмітити, що у країні переважають готелі середнього рівня (1 зірка – 40,6 %; 2 зірки – 32,2 %; 3 зірки – 18,3 %; 4 зірки – 5,3 %; 4 зірки люкс – 3,6 %) [9, с. 126].

Париж знаходиться на четвертому місці за середньою вартістю готельного номеру. У 2007 р. Average Room Rate складала 117 євро, що на 4,1 % перевищує показник 2006 р. Слід підкреслити, що у Франції вартість одномісного номеру у п'ятизірковому готелі

майже на 60 % більша, ніж у середньому по Європі (проте дещо нижча, ніж в Україні) [7, с. 39].

При цьому, на відміну від інших європейських країн, у Франції у 2008 р. було відмічене значне зростання Rack Rate на чотирьохзіркові готелі (рис. 2).



Рис. 2. Динаміка цін за прейскурантом в готелях Франції за 2007–2008 рр.

Разом з тим у категорії 5 «зірок», як практично по всій Європі, у 2008 р. спостерігалось зниження ціни за прейскурантом готелю на 1,2 % порівняно із 2007 р.

Сполучені Штати Америки. США виступає лідером за кількістю готельних операторів, адже в числі десяти провідних готельних корпорацій, за версією журналу Hotels, 8 – компанії із США. Серед них: Wyndham Hotel Group, Marriot International, Hilton Hotels Corp, Choice Hotels International, Best Western International, Starwood Hotels & Resorts Worldwide та Carlson Hotels Worldwide. Що стосується якості готельних послуг, то у США існують сотні готелів категорії 4 зірки, статусу 5 зірок удостоєні тільки 35 готелів із більш, ніж 21 тис. претендентів (менше 2 %).

Результати спостережень HRG в основних туристичних центрах світу засвідчили, що Нью-Йорк вважається другим найбільш дорогим містом за середньою ціною номера. У 2007 р. Average Room Rate в Нью-Йорку зросла на 4 % і складала 294,48 US \$ порівняно з 286,82 US \$ у 2006 р., а в Хьюстоні – на 8 %.

Російська Федерація. Москва залишається найбільш дорогим містом за середньою вартістю готельного номера, яка складала у 2007 р. 389,50 US \$ порівняно з 363,83 US \$ у 2006 р. Наочні дані про динаміку зміни вартості проживання у двомісному стандартному номері московських готелів різних рівнів комфортабельності протягом 2004–2005 рр. ілюструє рис. 3.

Відповідно до Програми розвитку готельного господарства Москви до 2010 р. кількість готельних місць повинна зрости на 92,7 тис., при цьому у столиці Російської Федерації буде налічуватись 431 об'єкт готельного господарства, з числа яких 65,5 % буде відноситись до категорій – 3 «*», 2 «*» та 1 «*».

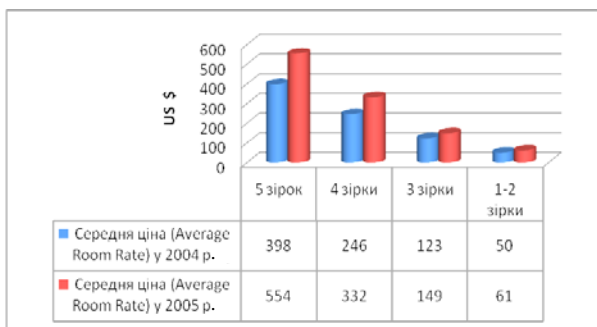


Рис. 3. Динаміка Average Room Rate в Москві протягом 2004–2005 рр.

Обсяг інвестицій у готельне господарство Москви у найближчі п'ять років оцінюється у 5,2 млрд US \$ (близько 145 млрд рублів). Із них 108 млрд буде вкладено в будівництво готелів вищої категорії, а інші 38 млрд буде використано на спорудження більш скромних підприємств гостинності [10, с. 37].

Загальні тенденції російського ринку готельних послуг тотожні з міжнародними – корпоративні клієнти переміщують потоки із чотирьох і п'ятизіркових готелів у сегмент «трьох зірок», зменшується завантаженість конференц-залів, знижується попит на банківські послуги.

Однак позитивним явищем стало відкриття влітку 2009 р. четвертого Maxima Hotels. Крім того, такі міжнародні готельні оператори, як Rezidor, Assor і Kempinski, планують втілити програму подальшого розвитку готельних мереж у Росії.

Україна. В перші роки незалежності України, коли стара економічна система була зруйнована, готельний бізнес довгий час знаходився в кризовому стані. З одного боку, в більшості випадків обірвалось системне фінансування, достатнє для виплати заробітної плати працівникам готелів і підтримки матеріальної бази готельних комплексів. З іншого боку, значно зменшилась кількість іноземних туристів. Меблі та устаткування підприємств готельного господарства зношувались, будівлі також потребували ремонту, ліфти переставали працювати. Чимало готелів у пошуках надійних джерел доходів почали здавати все більше і більше площ в оренду, перетворюючись із готелів в офісні центри [11, с. 12].

Слід зазначити, що протягом цього періоду (1991–2000 рр.), десятки готелів просто перестали функціонувати на готельному ринку України. Наприклад, в 1995 р. кількість готелів та інших місць для короткотермінового проживання складала 1396, а у 2001 р. у статистичних звітах фігурувало лише 1258 об'єктів, тобто їх кількість скоротилась на 138 одиниць, або на 9,89 % (рис. 4).

Прихід в Україну зарубіжних інвесторів і міжнародних готельних операторів стримувався як пев-

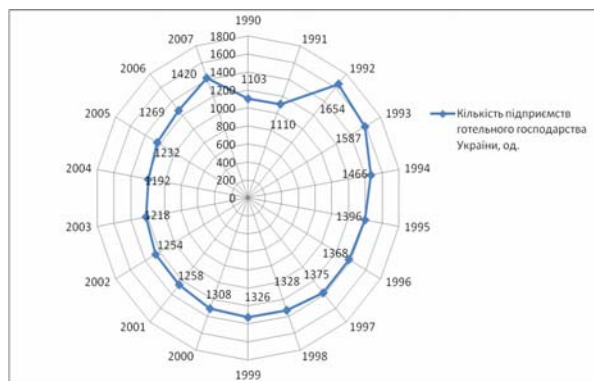


Рис. 4. Динаміка кількості підприємств готельного господарства України за 1990–2007 рр. [12]

ною обмеженістю ринку, так і досить значним готельним збором, розміри якого в Києві досягали 20 % від обороту. Потреби столичного бізнесу в більш комфортабельному розміщенні забезпечували в цілому готелі, які входили в систему операторів «Інтуристу» та «Супутника». Окрім того, в деяких обласних центрах почали створюватися невеликі бізнес – готелі, які перехоплювали більш заможних українських і зарубіжних клієнтів у занедбаних готелів обласного підпорядкування.

Готельна галузь більше не могла знаходитись у такому стані – виникла необхідність у нових ідеях і сценаріях розвитку.

З одного боку, зберегти рівень професійної якості в готельному бізнесі в цілому допомогли найкращі державні підприємства, а саме: готелі «Дніпро» та «Національний», які здійснили вагомий внесок у підтримку належного рівня українського готельного бізнесу в цей період [11, с. 14].

З іншого боку, Україні все-таки був вкрай необхідний абсолютно новий рівень якості великих готелів, який міг стати реальністю лише при масштабних фінансових та інтелектуальних інвестиціях.

Новий період розвитку готельної індустрії України слід датувати з появою першого сучасного готельного проекту – нової по якості і по масштабу – реконструкції готелю «Україна» в перший український п'ятизірковий готель «Прем'єр Палац», будівництво якого завершилось на межі 2000/2001 рр.

«Прем'єр Палац» став першим готелем української готельної мережі Premier Hotels, куди увійшли спочатку готелі «Ореанда» (м. Ялта) і «Дністер» (м. Львів). Згодом мережа розширилась до 7 готелів – харківські «Космополіт» та «Аврора», «Лондонська» в Одесі та «Стар» в Мукачеві.

Майже одночасно з готелем «Прем'єр Палац» в Одесі у 2001 р. почав будуватись готельний комплекс «Одеса» – один із найбільших готелів в регіоні та в Україні. Готель «Одеса» розроблявся та створю-

вався відповідно міжнародних стандартів «п'ять зірок» у тісному співробітництві з авторитетним міжнародним готельним оператором Kempinski.

Більшість готельних операторів, які були зацікавлені в розвитку свого бізнесу на Україні, планували розпочати з Києва. Проте для інвесторів першочерговою проблемою, як вже зазначалося, залишалася проблема готельного збору, яка пригнічувала економіку готельного бізнесу. Завдяки спільним зусиллям Державної туристичної адміністрації України і професійного сектора, перш за все – Асоціації готелів і готельних об'єднань міст України, в березні 2003 р. був прийнятий закон, який скасовував готельний збір, що дало змогу активізувати потоки інвестицій в готельну індустрію [11, с. 15].

Слід зазначити, що саме Державна туристична адміністрація України, як окремий орган влади у сфері туризму (що проіснувала із 2002 р. по 2005 р.), розробила Державну програму розвитку туризму на 2002–2010 рр., з якої розпочався більш системний розвиток всієї сфери гостинності в цілому, зокрема, покращений рівень нормативно-правової бази для туризму та підприємств готельного господарства, розроблена серія постанов Кабінету Міністрів України, спрямованих на розвиток внутрішнього туризму, скасування готельного збору, початок бюджетного фінансування програм розвитку туризму.

Всі ці тенденції підштовхнули інвесторів і зарубіжних готельних операторів до підвищення ділової активності на території України.

Український ринок готельних послуг дійсно жив, затамувавши подих, певним очікуванням – який готельний оператор буде першим. Чи Асог, що планував розвиватися не тільки у столиці України з проектом Novotel, але й просувати IBIS в регіонах, чи міжнародні готельні мережі Marriott, Hilton, Intercontinental, що мали свої плани на Київ [11, с. 16].

Першим готелем, який з'явився в Києві у 2005 р. під міжнародним брендом, став Radisson SAS – готельна мережа, яка досить активно вела себе на ринку готельних послуг в Російській Федерації. Зазначений ті всі наступні проекти, зокрема Marriott, досить відчутно додали якості та шарму готельному бізнесу України.

У 2005 р. ситуація на вітчизняному готельному ринку вперше значно покращилась, намітилась тенденція до збільшення підприємств готельної індустрії (рис. 4). Так, на території України у 2005 р. функціонувало вже 1232 підприємства готельного господарства, із них: 788 готелів, 17 мотелів, 8 готельно-офісних центрів, 6 кемпінгів, 35 молодіжних баз та гірських притулків, 235 гуртожитків для приїжджених та 143 інших місць для короткотермінового проживання. Порівняно із 2004 р. їхня кількість збільшилась на 40 одиниць, або на 3,4 % [12].

У 2006 р. кількість готелів складала 1269 одиниць, що на 3,0 % перевищує показники попереднього періоду (рис. 4).

У 2007 р. кількість підприємств готельної індустрії склала 1420 одиниць, що на 151 одиниці, або на 11,9 % перевищує показник 2006 р. Це відбулося в основному внаслідок створення нових готелів, розширення кола звітуючих непрофільних підприємств, які мають на своєму балансі молодіжні турбази й гірські притулки та інші місця для короткотермінового розміщення клієнтів.

Найбільша кількість підприємств готельного господарства України у 2007 р. спостерігалася у таких областях, як Дніпропетровська та Львівська – 107 та 128 одиниць відповідно (рис. 5).

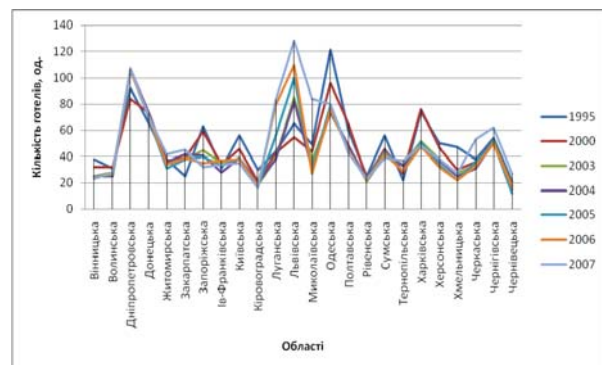


Рис. 5. Динаміка кількості підприємств готельного господарства України (в розрізі областей) за 1995–2007 рр.

У Львівській області кількість готелів у звітному 2007 р. зросла на 18 одиниць, або 16,36 %, а в Дніпропетровській області – лише на один готель (0,94 %) порівняно з попереднім 2006 р.

Слід зазначити, що у стимулюванні розвитку готельної інфраструктури у Криму та в Карпатах відіграло важливу роль формування спеціальних економічних режимів для інвестицій у зазначених зонах. За цей період у Криму з'явилося чимало готелів європейського рівня, серед яких варто виділити «Море» і «Пальмиру Палас», «Сосновий ліс» і «Левант». Готелі такого рівня з'явилися і в інших містах України, зокрема в Донецьку – «Донбас Палас» та «Опера» в Києві. Обидва готелі входять до складу міжнародної мережі Leading Hotels of the World.

В цілому в Україні на новий рівень якості послуг у 2008 р. вийшло лише 150 великих готелів та курортних комплексів. Управління іншою частиною підприємств готельного господарства здійснюється у традиційному стилі, модернізація відбувається лише в межах євроремонту, системних зусиль щодо завоювання клієнта також не докладалося.

Доцільно також відмітити розвиток готельних структур на найбільш відомих лікувальних курортах України в таких містах, як Трускавець, Миргород, Моршин і Східниця. Саме Трускавець став у даний період часу світовим брендом, який залучає з кожним роком все більші потоки туристів, тому не дивно, що в місті продовжують будуватися нові готелі високого класу. Активному просуванню даного напрямку спочатку сприяла «Женева» (4 зірки), а згодом Rixos – єдина на даний момент турецька готельна марка на українському готельному ринку.

Окрім формування першої національної готельної мережі Premier Hotels за останні роки в Україні було зроблено ще декілька спроб щодо створення великих управлінських компаній для декількох груп готелів і просування готельних брендів. Тут в першу чергу необхідно відмітити курортні готелі «Море», «Мигдалевий ліс», «Слава», розвитком яких опікувалась Національна резервна корпорація. Крім того, базу для формування готельної мережі має ще одна готельна компанія, в активі якої два відомих об'єкта: готель «Одеса» та морський курорт «Ореанда» в Бердянську, а також цілий ряд міських готелів в Маріуполі та Дніпропетровську.

Під керівництво компанії Premier Hotels перейшла група міських готелів Бізнес Готель Альянс, серед яких готелі «Русь» та «Юність» (м. Одеса). Слід відмітити, що на вітчизняному готельному ринку з'являються нові міжнародні готельні оператори, які планують управляти готелями, зокрема, Amadeus Club та «Велич України».

Висновки. Тенденції на українському ринку управління потребують додаткового дослідження – особливо щодо вивчення загального потенціалу та фінансової привабливості українських і міжнародних (зокрема, досить активних за останній період російських) управлінських команд.

Оцінка стану готельної індустрії України за останні роки свідчить, що багатоочікуючі перспективи мають позаміські курорти, причому не тільки ті, які межують з мегаполісами, але і створені в непередбачених для звичного сприйняття туристичної географії місцевостях. До списку таких об'єктів варто віднести – спа-курорт «Буймерівка», «Forest Park» (Донецька обл.), «Аквадар» (Черкаська обл.). Безумовно, що найбільший потенціал у цьому відношенні має Київська область, де кількість таких об'єктів сягає декількох десятків.

Розвиток готельної інфраструктури у Трускавці свідчить про надзвичайний потенціал і всіх інших лікувальних курортів України, але їх системний розвиток, як туристичних центрів, поки що стримується неадекватним плануванням і невідповідним розвитком населених пунктів, відсутністю послідовної державної політики по відношенню до курортного

потенціалу країни. Адже майбутнє готельної індустрії України необхідно планувати із врахуванням перспектив розвитку сектора до міжнародного футбольного чемпіонату «Євро-2012».

Для більшості українських готелів основним завданням на 2010 р. повинно стати впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій. Адже підвищення комунальних тарифів в умовах кризової ситуації в економіці та жорстких інфляційних процесів може поставити чимало готелів на межу банкрутства. Комплекс заходів щодо впровадження нових технологій, безумовно, потребує значних витрат, але саме ці заходи матимуть абсолютний пріоритет.

Література

1. Управління сучасним готельним комплексом : навч. посіб. / [Г. Б. Мунін, А. О. Зміюв, Г. О. Зінов'єв та ін.] ; за ред. С. І. Дорогунцова. – К. : Ліра, 2005. – 520 с.
2. Гараніна Е. Н. Комфорт «без сюрпризів» / Е. Н. Гараніна // Готель. – 2005. – № 5. – С. 6–12.
3. Уокер Джон Р. Введение в гостиприимство / Джон Р. Уокер. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 463 с.
4. Самарцев Є. В. Євро-2012 : інтереси української туристичної індустрії / Є. В. Самарцев // Готельний і ресторанный бізнес. – 2008. – № 2. – С. 12–14.
5. Самарцев Є. В. Криза в туристичній індустрії планета та ми / Є. В. Самарцев // Готельний і ресторанный бізнес. – 2009. – № 1. – С. 30–37.
6. Яковлева В. Новини готелів / В. Яковлева // Новини туристичної індустрії. – 2005. – № 18. – С. 23.
7. Готельна індустрія Європи: ціни 2008 року // Готельний і ресторанный бізнес. – 2009. – № 1. – С. 38.
8. Ціни на готелі для корпорацій – погляд із Британії // Готельний і ресторанный бізнес. – 2008. – № 3. – С. 42–44.
9. Международные стандарты гостиничной индустрии // Вестник РЭА. – 2008. – № 6. – С. 122–133.
10. Девелопмент отелей // Отель. – 2006. – № 5. – С. 36–38.
11. Готельна індустрія України: минуле, сучасність, майбутнє // Готельний і ресторанный бізнес. – 2008. – № 3. – С. 10.
12. Готелі та інші місця для тимчасового проживання. Статистичний бюлетень. – К. : Держкомстат України, 2006. – 495 с.
13. Готелі та інші місця для тимчасового проживання. Статистичний бюлетень. – К. : Держкомстат України, 2007. – 497 с.
14. Сысоева С. И. Анализ состояния рынка гостиничных услуг в Украине / С. И. Сысоева // Бизнесинформ. – 2008. – № 2. – С. 62–65.
15. Світовий готельний рейтинг // Готельний і ресторанный бізнес. – 2008. – № 4. – С. 26.

Подано до редакції 15.10.2009 р.