

DOI : 10.33274/2079-4819-2023-79-2-63-68

JEL : L10

УДК 338.001.36

Філіппова О. Ю.,
асистент

Донецький національний університет економіки і
торгівлі ім. М. Туган-Барановського
Кривий Ріг, Україна,
e-mail: fillipova@donnuet.edu.ua

ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ ПОСЛУГ

UDC 338.001.36

Filippova O. Yu.
Assistant

Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine
e-mail: fillipova@donnuet.edu.ua

INTERNATIONAL HOTEL SERVICE INDUSTRY TRENDS

Мета. Метою статті є огляд сучасного стану міжнародного ринку готельних послуг, аналіз тенденцій у готельній індустрії.

Методи. Для дослідження тенденцій міжнародного ринку готельної індустрії послуг були використані наступні методи: метод аналізу та синтезу (для аналізу та оцінки міжнародного ринку готельних послуг, показників діяльності міжнародних готельних груп), графічний та табличний метод (для візуалізації результатів дослідження), метод систематизації та узагальнення (для визначення ключових тенденцій у міжнародній готельній індустрії послуг), абстрактно-логічний метод (для формування висновків).

Результати. У статті розглянуто сучасний стан міжнародного ринку готельних послуг та проаналізовано актуальні міжнародні тенденції в індустрії гостинності за допомогою даних готельних міжнародних компаній, даних готельних груп за кількістю номерів, а також основних міжнародних тенденцій готельної індустрії послуг.

Результатами статті є те що готельна індустрія за останні два десятиліття зазнала величезних змін та руйнування. Для того щоб вижити в умовах сучасної конкуренції готельні компанії почали впроваджувати інновації та стежити за тенденціями в готельній індустрії. Готельні міжнародні компанії демонструють галузь, яка перебуває в постійному русі, де основні готельні компанії конкурують з інноваціями та стратегіями зростання, щоб залишатися конкурентоспроможними на міжнародному ринку готельної індустрії.

Розвиток міжнародних готельних компаній є результатом розширення світового ринку готельних послуг і відображає загальну тенденцію до глобалізації. Сучасна світова готельна індустрія характеризується кількома ключовими тенденціями - глибша спеціалізація послуг, використання інформаційних систем технологічного забезпечення та маркетингу, створення готельних ланцюгів, інтеграція капіталу з іншими секторами економіки, використання наукового менеджменту та розвиток мережі невеликих готельних підприємств.

Ключові слова. Індустрія гостинності, готельний бізнес, світові лідери, тенденції, світовий готельний ринок, готельна індустрія, готельні компанії, заклади розміщення, якість готельних послуг, світові лідери.

Постановка проблеми. Світове господарство постає як невід'ємне глобальне ціле, якому притаманні різнопланові процеси. За останні роки спостерігався прискорений розвиток світової індустрії туризму, яка стала

глобальною за технологіями та формами організації відпочинку. Такий процес глобалізації спостерігається найбільше на прикладі розміщення туристів. Саме на прикладі розміщення туристів швидкими темпами

розвиваються готельні компанії та відбувається їх розширення.

Індустрія гостинності є найдинамічнішою у всьому світі. Розширення незворотності інтегральних процесів на ринку готельних послуг, скорочення організацій та життєвого циклу товарів, впровадження ноу-хау та збільшення витрат на маркетинг - це все вимагає об'єднання зусиль організацій та створення системи кооперованих зв'язків у різних їхніх проявах і видах [1]. Також важливим напрямком оптимізації процесів у бізнесі гостинності України є диверсифікація виробництва, що за рахунок використання раціональних ресурсів пов'язана з розширенням виробничих можливостей підприємств індустрії гостинності, що й обумовило актуальність даної теми дослідження.

Аналіз досліджень та публікацій. Дослідження світового ринку індустрії гостинності викладено в працях вітчизняних та іноземних науковців, таких як Михайличенко К.І. [2], Лекікі Б [3], Посохов С.І. [4], Гарбера О.Є. [5], Шевченко Є.І. [2], Дж.Уокер [3], Г.Мунін [12], Олабоді О.В. та Фесун Т.П.[13] та Лук'янов В.О., Сидоренко І.О.[14].

Як зазначає Мунін Г. Б., готельна індустрія – це єдність усіх фірм і організацій, що співпрацюють, кожна з яких виконує свої специфічні функції, спрямовані на задоволення потреб гостей. Досліджуючи готельну індустрію, важливо усвідомлювати основні особливості готельної діяльності[12].

Олабоді О.В. та Фесун Т.П. зазначили у своїх працях, що готельна індустрія є галуззю з високим рівнем конкуренції, що має на меті максимально задовольнити потреби споживачів, забезпечити високий рівень комфорту, найрізноманітніші побутові, господарські та культурні запити гостей. Чим вище культура і якість обслуговування відвідувачів, тим вище імідж готелю і ресторану, тим привабливіше вони для клієнтів[13].

Лук'янов В.О. у своїх працях розглянув специфіку та особливості організації обслуговування у готельних та рестораних закладах, дослідив внутрішню структуру готельно бізнесу та проаналізував можливості підвищення якості обслуговування клієнтів за рахунок використання висококваліфікованого персоналу та раціонального управління трудовими ресурсами.

Сидоренко І.О. у своїй праці висвітлив теоретичні аспекти побудови системи управління якістю готельних послуг [14].

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи світовий готельний бізнес як структуру можна виділити два основні сегменти - це компанії та незалежні підприємства. Компанії здійснюють колективний бізнес та перебуває під керівництвом своєї компанії. Незалежне підприємство має прибуток від своєї діяльності та перебуває у незалежному володінні.

На сьогоднішній день світовий готельний фонд займає головне місце. За даними 2022 року серед світового фонду гостинності європейський готельний фонд становить приблизно 45%, що дає змогу розмістити близько 20 млн туристів. З кожним роком фонд готелів зростає на 3%. Якщо розглядати світовий готельний фонд за розмірами готельної бази, то другим є континент Америки, що складає близько 5 млн номерів. Для туристів найбільш цікавим є США, Карибські острови та Мексика. Така зацікавленість туристів призводить до того що питома вага в світовій індустрії гостинності становить 37%. Беручи до уваги Західну Африку та Південну Африку, то у них найбільші показники зростання. Тихоокеанський регіон та країни Південно-Західної Азії складають майже 15% питомої ваги готелів - це майже 3 млн номерів.

Світовими лідерами індустрії гостинності в першу чергу є США (налічує 4 млн номерів), потім Японія (налічує майже 1,7 млн номерів) та Італія, яка налічує більше 1,5 млн номерів. Понад 1 млн номерів налічує Іспанія та Франція. А от в Китаї, Сингапурі, Марокко та Малайзії спостерігаються високі темпи готельного будівництва.

За даними American Hotel & Lodging Association (AHLA), зараз в світі існує 300 готельних груп. Лідерами виступають Cendant Corporation (США), Bass Hotels & Resorts (Великобританія), Choice Hotels (США), Best Western (США), Marriott International (США), Starwood Hotels & Resorts (США), Promus Hotel Corporation (США), Accor (Франція), Patriot American Hospitality Inc. (США), Hilton Corporation (США), Carlson Hospitality Group (США) [6].

До всіх вище перерахованих груп входять декілька готельних компаній. На території США розміщені штаб-квартири більшої кількості готельних груп світу, що відобразило ситуацію, яка склалася в індустрії гостинності. Майже 70% усіх готелів США належать до певної групи готелів - це найбільший відсоток серед країн, які мають готельні оператори. В порівнянні з США Великобританія складає 20% готельних груп, Франція - 5% та Німеччина - 10 %. Розглядаючи перші 50 позицій, то половину займають американські компанії, а от європейські компанії - 38% та японські компанії - 10%. Провідна роль простежується протягом всього

рейтингу американських компаній - це 147 готельних компаній серед 300, що належить США, також в Європі 64 серед 300, а от Азійські країни, такі як Китай, Сингапур та Японія, нараховують 31 готельну компанію.

Сьогодні найбільшими готельними компаніями світу є «Marriott International» - 8194 закладів проживання; «Jin Jiang» - 12267 закладів; «Hilton Hotels» - 7085 закладів; «InterContinental Hotel Group (IHG)» - 6136 закладів; Wyndham Hotel Group – 9059 заклад [7]. Глобальний рейтинг топ-10 готельних груп за кількістю номерів за 2022 рік наведено в таблиці 1. Інформація наведена на 31 грудня 2022.

Таблиця 1

Глобальний рейтинг топ-10 готельних груп за кількістю номерів 2022 року [8]

Назва готельної компанії	Кількість готелів	Кількість номерів	Відсоток зростання/спаду готельної мережі
Marriott International	8 194	1 502 513	+3,2
Jin Jiang	12 267	1 240 507	+3,1
Hilton	7 085	1 113 727	+3,6
IHG	6 136	902 805	+3,6
Wyndham	9 059	842 510	+4
Accor	5 445	802 269	+3,2
H World Group	7 943	724 141	+4,2
Choice Hotels	7 487	627 804	+8,3
BTH Hotels	5 888	465 829	-2
OYO Hotels	16 128	379 151	-12,1

Дані наведені в таблиці 1 відзначаються беззаперечним домінуванням Marriott International, зберігаючи лідируюче перше місце сьомий рік поспіль. Jin Jiang та Hilton проявляють впевнене зростання своїх готельних портфелів. Accor - це єдина французька готельна компанія, яка відрізняється від інших різноманітністю свого профілю, що налічує близько 40 брендів [8].

Готельна індустрія за останні два десятиліття зазнала величезних змін та руйнування. Щоб вижити в умовах сучасної конкуренції готельні компанії повинні впроваджувати інновації та стежити за тенденціями в готельній індустрії. Беручи до уваги останні роки, то з'явилася велика кількість обізнаних та сучасних мандрівників, які очікують від закладів гостинності удосконалення. Навіть сьогодні люди старшого покоління добре розбираються у необхідних речах сучасного життя індустрії гостинності - це мобільні пристрої та соціальні мережі. В сучасних умовах веб-сайти є зручними для мобільних пристроїв,

які мають просту та зручну навігацію, а також швидкий та зрозумілий процес бронювання номерів. Готелі потребують постійної присутності в медіапросторі, тому що для подорожі люди використовують мобільні технології для перегляду Instagram, Facebook, Booking та для перегляду офіційних сайтів готелів та мереж до яких відносяться заклади гостинності.

До основних світових тенденцій готельної індустрії послуг належать:

- Наявність трьох основних впливів на готельну індустрію зі сторони онлайн-туристичних агентств. По-перше агентства налагодили міцні відносини з туристами. По-друге туристичні агентства змінили канали збуту, що призвело власників готельних компаній бути ціннішими. По-третє Booking Holdings і Expedia стали популярними та витіснили інші готельні бренди.

- Зростання потреби в компетентних робітниках для бюджетування, а також для прогнозування, через те що з'явилися нові

профілі вакансій для готелів після ускладнення готельної індустрії.

- Підвищення якості готельних послуг компанії за рахунок соціальних мереж, тому що по відгукам одного з обраних готелів, гості закладів розміщення складають своє уявлення в цілому про всю готельну компанію, до якої відноситься певний готель.

- Чутливість потенційних гостей закладів гостинності до тренду «екологічність та соціальний розвиток», через зростання турботи про навколишнє середовище. Тепер все частіше зустрічаються готелі які мають аббревіатуру ESG: ecology+sustainable [11].

- Використання Airbnb, тому що це серйозний прорив в індустрії гостинності, який робить середовище конкурентів жорстким. Об'єкти розміщення перераховані на Airbnb є більш прогресивними для закладів гостинності.

- Зосередження готельних підприємств на поділі між активами нерухомості та операціями управління, за рахунок чого готельні компанії підвищують свою ефективність. Сам підхід заснований на мінімальних активах, цей підхід стає більш доречним для даної галузі.

- Використання штучного інтелекту та доповненої реальності, за рахунок чого процеси прийому тепер швидші, ніж будь-коли, за допомогою декількох клацань на пульті дистанційного керування. Не зважаючи на футуристичний вигляд, штучний інтелект - це лише одна з технологій. Сучасні тенденції також включають доповнену (розширену) реальність як один з ключових елементів найближчого майбутнього. AR - це технологія, що розширює фізичний світ, додаючи до нього цифрові шари інформації. Більшість закладів розміщення вже використовують штучний інтелект та доповнену реальність, що робить готельний досвід цікавішим та більш тематичним.

- З'єднання системи управління власністю (PMS) з іншими розумними інструментами, наприклад, програмою прямого обміну повідомленнями, які дозволяють готельерам створювати докладний профіль клієнта, що стає основою для індивідуальних пропозицій у продажах.

- Поліпшення та вдосконалення гостювального досвіду за рахунок цифрових інновацій. Основними цифровими інноваціями стали додатки для управління готельними послугами. Такі додатки надають можливість контролювати багато аспектів гостювального циклу, роблячи його більш зручним та ефективним, а також вдосконалення технологій гостинності вирішує потенційні проблеми з бронюванням та оплатою, забезпечуючи надійність процесів.

- Залежність поколінь Y (мільеніали) і Z («інтернет-покоління») від технологій. Ці покоління схильні до використання мобільних додатків для бронювання, спілкування та управління своїм перебуванням у готелях. Вони цінують ефективність, швидкість та зручність у використанні технологій. Крім того, вони активно шукають персоналізовані, унікальні досвіди та бажають, щоб готелі враховували їхні індивідуальні уподобання.

Висновки. Цілком точно дослідження показує, що розвиток міжнародних готельних груп є результатом розширення світового ринку готельних послуг і відображає загальну тенденцію до глобалізації та транснаціоналізації економіки. Сучасна світова готельна індустрія характеризується кількома ключовими тенденціями:

Глибша спеціалізація та розмаїття послуг: Готельні компанії стають все більш спеціалізованими та розширюють свій спектр послуг для задоволення різноманітних потреб клієнтів.

Утворення готельних ланцюгів: Великі готельні ланцюги стають транснаціональними компаніями, охоплюючи різні країни та регіони, що відображає тенденцію до глобальної присутності.

Використання інформаційних систем, технологічного забезпечення та маркетингу: Готельна галузь активно використовує інформаційні системи, технології та маркетингові стратегії для залучення клієнтів та покращення обслуговування.

Інтеграція капіталу з іншими секторами економіки: Готельні підприємства поєднують капітал та ресурси з іншими секторами, такими як фінанси, будівництво, транспорт і т.д., для розвитку і покращення своєї діяльності.

Використання наукового менеджменту: Використання сучасних методів управління та наукових підходів у діяльності готельного бізнесу для підвищення ефективності та якості послуг.

Розвиток мережі невеликих готельних підприємств: Виникнення мережі невеликих готелів, які спеціалізуються на конкретних

сегментах ринку та пропонують унікальний досвід для своїх клієнтів.

Ці тенденції відображають розвиток готельної індустрії в контексті глобальних економічних змін і вимог споживачів, створюючи нові можливості та виклики для готельних бізнесів у всьому світі.

Список літератури

1. Гаврилюк О. В. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України. *Фінанси України*, 2008. № 2 (147). С. 68–81.
2. Менькова Е. С., Шевченко Е. І., Михайличенко К. І. Аналіз світового ринку гостинної індустрії. *Сучасні научні дослідження та розробки*, 2019. № 1. С. 689 – 701.
3. Tahiri A., Kovaçi I., Lekiqi B. Tourism and Hotel Industry: Definition, Concepts and Development the Case of Kosovo. *Quality - Access to Success*, 2024. 22(182). PP. 110-115.
4. Гарбера О.Є. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. *Економічний часопис ХХІ*, 2010. С. 37 – 41.
5. Посохов І.С. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід: колективна монографія, за заг. ред. А.Ю. Парфіненка. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. 412 с.
6. American Hotel & Lodging Association URL://ahla.com/
7. Топ-10 найбільших готельних груп світу URL://nexqo.com/2022/03/10-largest-hotel-groups/
8. 10 найкращих готельних груп світу у 2023 році URL://bowo.fr/en/blog/the-worlds-top-10-hotel-groups-in-2020.

9. Dobrianska N., Nikoliuk O., Lebedieva V. Organizational and economic measures of tourism development on the example of the Avangard United Territorial Community of Odessa region. *Food Industry Economics*, 2019. pp. 88-96.
10. Добрянська Н.А., Попович В.В. «Зелений» туризм як стратегічний напрям соціально-економічного розвитку регіонів України. *Економіка: реалії часу*, 2018. № 3 (37). С. 20-28.

11. Тренди в готельному бізнесі на 2022 рік в Україні URL: //hotels24.ua/news/trendi-gotel'nogo-biznesu-2022-10229497.html.
12. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму: економіко-організаційні аспекти : підручник Г. Б. Мунін, В. О. Лук'янов, В. В. Гарагович; під заг. ред. О. В. Лук'янова. Київ : Кондор, 2011. 430 с.

13. В.О. Олабоді, Т. П. Фесун. Організація готельно-ресторанної справи : наук.-допом. бібліогр. покажч. ; Нац. ун-т харч. технол., Наук.-техн. б-ка Київ, 2021. 213 с.

14. Сидоренко, І. О. Якість готельних послуг. І. О. Сидоренко *Формування ринкових відносин в Україні*, 2011. № 9. С. 120–124.

References

1. Havrilyuk, O. V. (2008). *Investytsiynyy imidzh ta investytsiyna pryvablyvist Ukrayiny* [Investment image and investment attractiveness of Ukraine], no. 2 (147), pp. 68–81.
2. Menkova, E. S., Shevchenko, E. I., Mykhailychenko, K. I. (2019). *Analiz svitovoho rynku hostynnoyi industriyi. Suchasni naukovy doslidzhennya ta rozrobky* [Analysis of the world market of the hospitality industry. Modern scientific research and development], no. 1, pp. 689 - 701.
3. Tahiri, A., Kovachi, I., Lekiki, B. (2024). Tourism and the hotel industry: definitions,

- concepts and development the case of Kosovo. Quality access to success. No 22(182), pp. 110-115.
4. Garbera, O. E. (2010). *Svitove hospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny. Ekonomichnyy chasopys* [World economy and international economic relations. Economic Journal XXI], pp. 37-41.
5. Posokhov, I. S. (2017). *Suchasni tendentsiyi rozvytku hotelno-restorannoho biznesu: mizhnarodnyy ta natsionalnyy dosvid: kolektyvna monohrafiya za zah. red. A.Yu. Parfinenka* [Modern trends in the development

of the hotel and restaurant business: international and national experience: a collective monograph by general. ed. A. Yu. Parfinenko] Kharkiv: KhNU named after V.N. Karazina, 412 p.

6. American Hotel & Lodging Association (AHLA). Available at: <http://tourism-review.com/top-10-world-largest-hotel-groups-news1988>.

7. Top-10 largest hotel groups in the world. Available at: <http://nexqo.com/2022/03/10-largest-hotel-groups/>.

8. 10 naykrashchyykh hotelnykh hrup u 2023 rotsi. Individualnyy hotelnyy dodatok dlya hoteliv i restoraniv [10 Best Hotel Groups in 2023. Individual hotel application for hotels and restaurants]. Available at: <http://bowo.fr/en/blog/the-worlds-top-10-hotel-groups-in-2020>.

9. Dobryanska, N., Nikoliuk, O., Lebedeva, V. (2019). Orhanizatsiyno-ekonomichni zakhody rozvytku turyzmu na prykladi Avanhardskoyi obyednanoyi terytorialnoyi hromady Odeskoyi oblasti. *Ekonomika kharchovoyi promyslovosti* [Organizational and economic measures of tourism development on the example of the Vanguard United Territorial Community of Odesa Oblast. Economy of the food industry], pp. 88-96.

10. Dobryanska, N. A., Popovych, V. V. (2018). «Zelenyy» turyzm yak stratehichnyy napryam sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehioniv Ukrayiny [“Green” tourism as a strategic direction of socio-economic development of the regions of Ukraine]. *Economics: realities of the time*, no. 3 (37), pp. 20-28.

11. Trendy v hotelnomu biznesi na 2022 rik v Ukrayini. Hoteli 24 [Trends in the hotel business for 2022 in Ukraine. Hotels 24]. Available at: <http://hotels24.ua/news/trendi-gotelnogo-biznesu-2022-10229497.html>.

12. Munin, G. B. & Lukianov, V. O. (2011). *Marketyng turyzmu: ekonomiko-organizatsiini aspekty* [Tourism marketing: economic and organizational aspects]. Kyiv : Kondor, 430 p.

13. Olabodi, V. O., Fesun, T. P. (2021). *Orhanizatsiya hotelno-restorannoyi spravy* [Organization of the hotel and restaurant business: research assistant. bibliography show]. National University of Food technology, science and technology b-ka Kyiv, 213 p.

14. Sydorenko, I. O. (2011). Quality of hotel services I. O. Sydorenko. *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini* [Formation of market relations in Ukraine], no. 9, pp. 120–124.

Objective. The objective of the article is an overview of the current state of the global market of hotel services, an analysis of trends in the hotel industry.

Methods. Data from international hotel companies, data from hotel groups by the number of rooms, and the main global trends in the hotel industry were used in the study of trends in the world market of the hotel industry.

Results. The article examines the current state of the world market of hotel services and analyzes current global trends in the hospitality industry using data from international hotel companies, data from hotel groups by number of rooms, as well as the main international trends in the hotel industry.

The results of the article are that the hotel industry has undergone enormous changes and destruction over the past two decades. In order to survive in the conditions of modern competition, hotel companies began to introduce innovations and monitor trends in the hotel industry. Hospitality international companies represent an industry in constant flux, where major hotel companies compete with innovation and growth strategies to remain competitive in the global hospitality industry market.

The development of international hotel companies is the result of the expansion of the world market of hotel services and reflects the general trend towards globalization. The modern global hotel industry is characterized by several key trends - deeper specialization of services, the use of information systems for technological support and marketing, the creation of hotel chains, the integration of capital with other sectors of the economy, the use of scientific management and the development of a network of small hotel enterprises.

Key words: hospitality industry, hotel business, world leaders, trends, world hotel market, hotel industry, hotel companies, accommodation facilities, quality of hotel services, world leaders.

Надійшла до редакції: 07.12.2023