

УДК 339.92

Бунтова Н. В.

Київський університет туризму, економіки та права

ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Проведено аналіз основних тенденцій розвитку міжнародного ринку готельних послуг, обґрунтовані ключові етапи його розвитку. Виявлено перспективи розвитку міжнародних готельних мереж на світовому ринку туристичних послуг. Визначено основні напрями застосування цього досвіду під час формування стратегії розвитку українського готельного бізнесу.

Ключові слова: міжнародний ринок, готельний бізнес, готельна нерухомість, інвестиційна привабливість, міжнародна готельна ланцюг.

Постановка проблеми. Міжнародний ринок туризму – один з найбільших сегментів світової економіки, що стрімко зростає. Щорічний приріст ринку, згідно даних Всесвітньої туристської організації (UNWTO), становить понад 3%. Постійно збільшується значення країн, що розвиваються: у 2012 р. кількість туристів, що відвідали розвинених країни становила 47%. Експерти оцінюють збільшення припливу туристів в розвинені країни до 1 млрд до 2030 р. [1].

Міжнародні інвестиції в готельний сектор світової економіки становлять близько 30% в обсязі всіх інвестицій. Міжнародний готельний бізнес займає важливе місце в сучасній світовій економіці, відноситься до того виду економічної діяльності, що найбільше динамічно розвивається та є прибутковим. Розвитку національного готельного господарства надають великого значення в багатьох країнах світу, так як це господарство відіграє важливу роль у забезпеченні зайнятості місцевого населення, надаючи позитивний вплив на інші сектори національної економіки. У багатьох країнах міжнародний готельний бізнес є найважливішим джерелом валютних надходжень до державного бюджету. Крім того, його активність в окремо взятій країні сприяє її доступу до міжнародного інвестиційного капіталу та більш глибокої інтеграції у світову економіку. Таким чином, міжнародний готельний бізнес може зіграти важливу роль у вирішенні проблем інтегрування вітчизняної економіки у світову, інвестування в реальний сектор економіки, сприяючи її структурній перебудові.

Сьогодні ринок готельної нерухомості України знаходиться на самому початку свого формування і разом зі стрімкою цікавістю іноземних інвесторів до України та високим туристичним потенціалом країни стає надзвичайно привабливим для світових гравців. Створення якісної та доступної готельної пропозиції безпосередньо залежить від обсягу залучених у галузь інвестицій. Таким чином, розуміння інтересів та стратегій іноземних інвесторів, що готові вкладати в український ринок готельної нерухомості, а також інших факторів, які безпосередньо впливають на потік інвестицій у вітчизняну готельну нерухомість, представляється вкрай важливим для розробки адекватного інструментарію регулювання їх діяльності та використання його в національних інтересах. Не маючи відповідної готельної пропозиції, вкрай складно створити якісний конкурентоспроможний на світовому ринку туристичний продукт і, як наслідок, забезпечити стабільний платоспроможний туристичний попит.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ринку туристичних послуг, включаючи готельний бізнес, займалися вітчизняні й іноземні

науковці. Вагомий внесок у розвиток готельного бізнесу принесли роботи учених А. Александрової, Н. Алісова, М. Біржамова, Дж. Боуена, А. Волова, В. Іванова, Ф. Го, Р. Піна, а також В. Катякало, О. Кунелла, Г. Папіряна, Д. Стригунової, Л. Шматко та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте залишаються недостатньо розкритими проблемні питання щодо комплексного аналізу розвитку міжнародного ринку готельної нерухомості та ролі іноземних інвестицій у цьому процесі.

Метою статті є аналіз основних проблем та тенденцій розвитку міжнародного ринку готельних послуг, визначення ключових умов та факторів залучення іноземних інвестицій на український ринок готельної нерухомості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основними факторами, що стимулюють інвестиційну активність у сфері світової готельної нерухомості, експерти вважають високі показники попиту, підвищення ліквідності на ринках боргового капіталу, рекордно високий рівень продажів окремих активів, підвищення інтересу до портфельних операцій на «вторинних» ринках та збільшення офшорного капіталу.

У 2014 р. обсяг фінансових вкладень в нерухомість готельної сфери Європи та держав Близького Сходу перевищив 16 млрд євро. Це майже на третину більше показників 2013 р. Істотне збільшення інвестицій було зафіксовано практично в усіх європейських країнах. Лідирували за обсягами вкладень держави Скандинавського півострова та Німеччини. При цьому найбільший обсяг (36%) традиційно припадає на готельну нерухомість Британії, яка вже не перший рік головує в цій сфері. Очікується, що з кожним роком все більше вкладень в якісну європейську готельну нерухомість будуть здійснювати інвестори з азіатських країн.

У 2015 р. світовий обсяг угод з готельної нерухомістю досяг восьмирічного максимуму. Обсяг угод в регіоні ЄМЕА (Європа, Близький Схід та Африка) у 2015 р. становив 24,7 млрд дол. США. Найбільша інвестиційна активність спостерігалася в Північній і Південній Америці, де цей показник досяг 34,5 млрд дол. США.

Експортерами капіталу, за прогнозами, як і раніше будуть США та Близький Схід. Варто відзначити, що за обсягом щорічного зростання інвестованих коштів перше місце займає Китай.

У регіоні ЄМЕА найбільша інвестиційна активність в сфері готельної нерухомості прогнозується в Лондоні та Парижі. У Великобританії, Німеччині та Іспанії очікується укладання портфельних угод. Фонди прямих інвестицій Північної і Південної Америки готові інвестувати в готелі еко-

ном-сегмента, курортну нерухомість та об'єкти на «вторинних» ринках. Стабільну динаміку показує ринок канадської готельної нерухомості.

Експерти прогнозують збільшення обсягу транзакцій на 10–15% в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні за рахунок збільшення інвестиційного інтересу до Японії, зокрема до портфельних операцій в цій країні, а також стійкої довіри інвесторів до Австралії.

Приплив іноземних інвестицій на ринок готельної нерухомості однаково вигідний як приватному бізнесу, та й державі. Поряд з фінансовими впливаннями іноземні інвестиції приносять нові технології організації готельного бізнесу, нові стандарти якості, методи управління, робочі місця, вони приводять із собою нових міжнародних клієнтів та сприяють налагодженню міжнародних зв'язків. Окрім високих доходів розвинена готельна галузь позитивно впливає на імідж країни у світі, характерний їй мультиплікативний ефект сприяє розвитку інфраструктури та підвищенню якості життя населення країни.

Індустріалізація сфери готельних послуг, а також процеси глобалізації та інтеграції, характерні для світової готельної індустрії на сьогодні, висунули на провідні позиції великі організаційно, технічно та технологічно оснащені готельні мережі, які об'єднують тисячі готелів у всьому світі. В ХХІ ст. готельні мережі стали основним елементом економіки більшості країн світу, провідною силою їх розвитку та підвищення ефективності. Так, 90% усіх готелів в США об'єднані в мережі, в Європі ці показники становлять 40% [2].

Згідно зі статистичними даними, в світі функціонує близько 16 млн готельних підприємств, при цьому на частку мереж припадає близько 20% [3]. Готельні мережі сьогодні є основою світового готельного бізнесу. Нині у світі налічується кілька сотень різних мереж готелів. Серед них можна виділити корпорації-гіганти, назви яких відомі навіть туристу-початківцю: Radisson, BestWestern, Hyatt, Marriott, Hilton та інші. Вони зустрічаються практично в будь-якій частині земної кулі. У світі створено понад 300 готельних мереж, які вийшли за рамки національних кордонів, частина яких становить понад 50% готельних номерів [4, с. 3].

Національні готельні мережі знаходяться на стадії розвитку. На ринках більшості країн світу національні готельні бренди становлять значно меншу частку, ніж готелі, що знаходяться під міжнародним управлінням. До основних переваг міжнародних готельних мереж, на відміну від немережових самостійних готелів, можна віднести: пізнаваність, статус об'єкта, безпека, використання глобальної системи бронювання, єдина маркетингова політика, різноманітні програми лояльності, високий рівень сервісу, стійкість у кризовий час тощо.

Підвищення ролі готельних мереж в процесі управління світовим готельним господарством характеризується істотним протиріччям: з одного боку, збільшуються провідні готельні ланцюги, що функціонують у багатьох країнах, а з іншого – все більше число країн роблять ставку на створення національних готельних мереж, які можуть досить успішно конкурувати з інтернаціональними монополіями. Україна в глобалізації готельного бізнесу поки робить перші кроки. Але розробка власних, фірмових стандартів та набору послуг гарантованої якості, здійснення капіталь-

них вкладень в реконструкцію та створення нових готельних підприємств стає все більш поширеною практикою.

На сьогодні для українського готельного ринку характерна низька ступінь проникнення міжнародних операторів: під міжнародним управлінням знаходиться менше 1% готельного фонду країни. Міжнародні оператори орієнтовані на верхній, найбільш прибутковий сегмент, що разом з дефіцитом якісної готельної пропозиції сприяє підтримці високих цін на послуги розміщення в країні. Майже половина, яка працює під міжнародним управлінням українських готелів, зосереджена в м. Києві [5].

До українського інвестиційного ринку готельної нерухомості іноземні інвестори почали проявляти активний інтерес з підготовкою міжнародного футбольного чемпіонату в 2012 р., але фінансова та політична криза значно пригальмувала їх активність.

Нестабільна економічна ситуація та затяжні бойові дії на сході країни продовжують чинити шкідливий вплив на готельний ринок України. І хоча в 2015 р. намітилося поступове повернення ділової активності, середній показник заповнюваності готелів як і раніше низький, а інвестиційна привабливість сегмента близька майже нулю [6].

Негативний вплив на готельний бізнес надає й той факт, що в глобальних системах бронювання Україна відзначена як країна, в'їзд в яку не рекомендується з точки зору безпеки. Аналогічна інформація міститься і на сайтах посольств деяких країн [7].

Нестабільна економічна та політична ситуація в Україні в 2014 р. та, як наслідок, значний відтік туристів, знизили заповнюваність в кращих готелях країни до рівня 55% на початку року до 30% у кінці.

Зі зниженням напруженості на південному сході України та разом з умовною стабілізацією національної валюти на ринку готельної нерухомості намітилося невелике поживлення попиту. Заповнюваність готелів верхнього цінового сегмента поступово зростала і, за підсумками 2015 р., становила 37%. Якісні готелі середнього цінового сегмента відпрацювали рік з показником заповнюваності на рівні 40–50% [6].

У 2015 р., порівняно з 2014 р., заповнюваність готелів у м. Києві незначно, але зросла [8]. Середнє завантаження п'ятизіркових готелів становило близько 31%, що на 13% вище, ніж в 2014 р. Заповнюваність готелів у Києві прямо залежить від загальної макроекономічної ситуації в країні, стабільності національної валюти, а також тривалості бойових дій в зоні АТО. За прогнозами експертів, в 2016 р. цей показник швидше за все збережеться на рівні 2015 р. або ж покаже зовсім невеликий приріст.

Говорити про інвестиційну привабливість готельного сегменту в умовах, що склалися міжнародному готельному ринку не доводиться. Вона практично нульова. Якщо оцінити продажну вартість готелю з урахуванням того рівня операційного доходу, який він генерував у 2014 або 2015 рр., то показник ринкової ціни буде нижче, ніж собівартість його будівництва. Враховуючи вартість банківського кредиту, економічна доцільність будівництва готельного проекту залишається під дуже великим питанням.

Так, за даними управління туризму КМДА [8], станом на 20 травня 2015 р. у столиці функціонувало 165 об'єктів, що надають послуги тим-

часового розміщення. Серед них туристам і гостям міста пропонуються: готелі різних категорій, 27 комплексів апартаментів, що діють, близько 50 міні-готелів, 36 хостелів, гуртожитки готельного типу, санаторії та інші засоби розміщення, що не відповідають сучасним стандартам. У цих закладах зафіксовано 12 122 готельних номери, структуру яких формують: готелі категорії 5 зірок – 12,0%; готелі категорії 4 зірки – 22,1%; готелі категорії 3 зірки – 36,7%; готелі категорії 1–2 зірки – 29,2%.

За останні три роки в країні спостерігалось поступове зміцнення позицій міжнародних операторів: в Україні функціонують міжнародні бренди Hyatt, Radisson Blu, InterContinental, Holiday Inn; Wyndham Hotel Group вийшов на ринок з брендом середньої категорії Ramada Encore, Accor hotels почав розвиток з відкриття Ibis, Fairmont Raffles Hotels International реалізував Fairmont Grand Hotel, а в 2014 р. Hilton Hotels & Resorts відкрив п'ятизірковий комплекс Hilton Kyiv.

При цьому, за перше півріччя 2015 р. нові готелі відкриті не були. І це перший рік за останні п'ять років, коли на український ринок ніхто не зайшов. Навіть у 2014 р. на ринок вийшов готель Hilton на 262 номери, в 2013-му – Radisson Blu Podil, у 2012-му – Ramada Encore і Fairmont, а в 2011 році – Ibis. Але якщо говорити про Україну в цілому, то в минулому році Ibis з'явився в Львові.

Слід відмітити, що на різних стадіях готовності в м. Києві перебувають понад 15 готельних проєктів, але дати їх відкриття переносяться на більш пізні терміни до поліпшення макроекономічної ситуації в країні (див. табл. 1).

Міжнародні готельні оператори не планували відкривати в Україні нові готелі в 2015 р. Такі дані містяться у дослідженні міжнародної консалтингової компанії Jones Lang LaSalle (JLL) щодо стану та розвитку ринку брендіваних готелів Російської Федерації, України та країн СНД в 2014–2015 рр. При цьому, згідно результатів цього дослідження, в 2015 р. у СНД в цілому було заявлено відкриття брендіваних готелів сумарним номерним фондом понад 8,9 тис. номерів: на ринок РФ очікувався вихід 57,3%, або 5,1 тис. номерів, Азербайджану – 13,5%, або майже 1,2 тис. номерів, Білорусь – 9,8%, або 0,87 тис. номерів, Казахстану – 7,3%, або 0,653 тис. номерів. Також розширення присутності міжнародних операторів було заявлено в Грузії (5%, або 0,445 тис. номерів), Вірменії (3%, або 0,267 тис. номерів), Узбекистані та Молдові (по 2%, або по 0,178 тис. номерів).

Питання насиченості національного готельного ринку варто розглядати в двох площинах. Якщо

ми говоримо про поточну економічну та політичну ситуацію в країні, то номерів не просто достатньо, а й з надлишком. Якщо ж ми оцінюємо цей сегмент як забезпеченість номерами порівняно з європейськими столицями, то, безумовно, Україні ще є куди рости.

Якщо ж розглядати український ринок, урахувавши потенціал його повернення до докризових показників, то можна з упевненістю сказати, що нам не вистачає готелів міжнародного рівня, а також якісної сучасної пропозиції в сегментах нижче середнього.

Висновки. Проводячи аналіз світового ринку готельних послуг та зазначивши ключові етапи його розвитку, можна визначити такі сучасні тенденції процесу його транс націоналізації:

1) активне входження глобальних готельних мереж на національні ринки. Входження міжнародних компаній відбувається, як правило, у формі поглинання національних учасників ринку, чий активи недооцінені в результаті впливу глобальної фінансової кризи. При цьому найбільш активно цей процес розвивається в сегменті недорогих готелів;

2) франчайзинг і контракт на управління (management contract) як найбільш поширені форми входження на національні ринки. Це викликано досить консервативною стратегією розвитку глобальних мереж в умовах рецесії світової економіки;

3) наростання конкуренції між глобальними готельними ланцюгами і національними готельними мережами. Така тенденція активно простежується на ринках СНД, країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону;

4) позитивний вплив на розвиток інфраструктури туризму та сфери гостинності на національному рівні в ситуації активного входження на ринок глобальних готельних мереж.

Факторами, що привертають увагу іноземних інвесторів стосовно вкладення коштів в український ринок готельної нерухомості, є: зростання міжнародних та міжрегіональних ділових зв'язків між Україною та іншими країнами, а також всередині стани, що призводить до збільшення кількості поїздок; зміцнення позицій України на світовій арені, зростання інтересу до країни іноземних інвесторів і міжнародних туристів; нерозвиненість українського ринку готельної нерухомості разом з його високим потенціалом; відсутність прогнозованого посилення конкуренції в коротко- й середньостроковій перспективі; гарантована довгостроковими контрактами на управління (договорами оренди, франчайзингу) висока прибутковість

Таблиця 1

Перспективні готелі Києва, що заплановані до відкриття у 2015–2017 рр.

Назва готелю	Адреса	Категорія	Кількість номерів	Оператор	Дата відкриття
Renaissance Kyiv	вул. Прорізна, 24/39	4*	173	Marriott International	2015
Park Inn by Radisson	вул. Велика Васильківська, 55а	3*	196	The Rezidor Hotel Group	2015
Sofitel	вул. Лютеранська, 14в	5*	285	Accor Hotels	2015
Azimuth	вул. Олеса Гончара, 69	4*	235	Azimuth Hotel	2015
Indigo	вул. Антоновича, 44	4*	240	Inter Continental	2015
Aloft	бул. Л. Українки, 2	4*	320	Starwood Hotels	2016
Sheraton Kiev Olympiysky	вул. Велика Васильківська, 55	4–5*	190	Starwood Hotels	2016
Voyage		3–4*	165	РосІнвест	2016
Best Western Plus	вул. Антоновича, 125	3*	120	Best Western	2017
Санкт-Петербург	бул. Т. Шевченко, 4	4*	50	–	2016

готельної нерухомості; можливість придбання готельних об'єктів зі значним дисконтом в період рецесії.

Крім економічного спаду та нестачі реального інвестиційного продукту, активність іноземних інвесторів в українську готельну нерухомість стримують такі фактори, як політичні та економічні ризики, недостатня державна підтримка розвитку

готельної галузі, непрозорість ведення бізнесу, недосконалість законодавчої бази, нерозвиненість туристичної інфраструктури, брак кваліфікованих кадрів, складності з пошуком майданчиків під готельне будівництво. Більшу частину цих проблем можна вирішити за наявності належної уваги уряду до готельної індустрії, створенні привабливих умов для інвестицій в готельний бізнес.

Список літератури:

1. Інвестиційний клімат в Україні змушує готельний бізнес йти до Європи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://newsradio.com.ua/2013_07_05/nvestic-jnij-kl-mat-v-Ukra-n-zmushu-gotelnij-b-znes-jti-do-vropi-ekspert.
2. Жоглева, М. Успех в гостиничном бизнесе обеспечен сетевым компаниям / М. Жоглева // ProHotel: портал про гостиничный бизнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotel.ru>.
3. Международные гостиничные цепи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://2.unwto.org/en>.
4. Катъкало В. Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития : в 3-х ч. Ч. 3 / В. Катъкало, В. Мукба // Продажа недвижимости: информационный портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/stati_tourism/katkalo.htm.
5. Туристический рынок Украины: современное состояние, тенденции и перспективы [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://vechervkarpatah.at.ua/publ/test/turisticheskij_rynok_ukrainy_sovremennoe_sostojanie_tendencii_perspektivy/6-1-0-1418.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
7. ТОП-100. 500 крупнейших компаний рынка услуг Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://shop.ekonomika.ua/lang/ru/id/020>.
8. Київська міська державна адміністрація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kievcity.gov.ua>.

Бунтова Н. В.

Киевский университет туризма, экономики и права

ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕГРАЦИИ УКРАИНЫ В МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Резюме

Проведен анализ основных тенденций развития международного рынка гостиничных услуг, обоснованы ключевые этапы его развития. Выявлены перспективы развития международных гостиничных сетей на мировом рынке туристических услуг. Определены основные направления применения данного опыта при формировании стратегии развития украинского гостиничного бизнеса.

Ключевые слова: международный рынок, гостиничный бизнес, гостиничная недвижимость, инвестиционная привлекательность, международная гостиничная сеть.

Buntova N. V.

Kyiv University of Tourism, Economics and Law

PROSPECTS OF UKRAINES INTEGRATION INTO THE INTERNATIONAL MARKET OF HOTEL SERVICES

Summary

The analysis of the main trends of the international market of hotel services is made; the key stages of its development are proved. The prospects of international hotel chains in the world market of tourist services are identified. The main areas of application of this experience in the formation of strategy of development of Ukrainian hotel business are defined.

Key words: international market, hotel, hotel real estate, investment attraction, international hotel chain.