

МІЖНАРОДНА ГОТЕЛЬНА ІНДУСТРІЯ МАКРОРЕГІОНУ ЄВРОПИ INTERNATIONAL HOTEL INDUSTRY OF MACRO-REGION OF EUROPE

У статті досліджено готельну індустрію Європи. За 2008–2018 рр. проаналізовано динаміку рівня завантаження готелів, показника ціни за номер (ADR) та показника виручки номерного фонду за один номер (RevPAR). За досліджуваній період у середньому щорічно в країнах Європи рівень завантаження готелів складав 66,64%, ADR становив 125,73 дол. США, щорічно збільшувалось на 3,14 дол. США, а RevPAR дорівнював 85,04 дол. США, щорічно зростаючи на 3,18 дол. США. Серед окремих країн європейськими лідерами (топ-10) готельної індустрії за кількістю місць у готелях у 2017 р. були Італія, Німеччина, Іспанія, Велика Британія, Франція, Туреччина, Греція, Австрія, Польща, Португалія. Загальна сума місць у готелях країн Європейського Союзу (28 країн) склала у 2017 р. 6 595 678 місць, а середній рівень завантаження койко-місце становив 46,21%. Найбільшу кількість мережевих готелів у 2017 р. мала Франція, друге місце посідала Велика Британія, третє – Іспанія, а четверте – Німеччина.

Ключові слова: рівень завантаження готелів, показник середньої ціни за номер, показник виручки номерного фонду за один номер, міжнародна готельна індустрія, готельні мережі, готельний ринок Європи.

В статті досліджена гостиничная індустрія Європи. За 2008–2018 гг. про-

анализирована динамика уровня загрузки гостиниц, показателя цены за номер (ADR) и показателя выручки номерного фонда за один номер (RevPAR). За исследуемый период в среднем ежегодно в странах Европы уровень загрузки гостиниц составлял 66,64%, ADR составлял 125,73 долл. США, ежегодно увеличиваясь на 3,14 долл. США, а RevPAR равнялся 85,04 долл. США, ежегодно увеличиваясь на 3,18 долл. США. Среди отдельных стран европейскими лидерами (топ-10) гостиничной индустрии по количеству мест в гостиницах в 2017 г. были Италия, Германия, Испания, Великобритания, Франция, Турция, Греция, Австрия, Польша, Португалия. Общая сумма мест в гостиницах стран Европейского Союза (28 стран) составляла в 2017 г. 6 595 678 мест, а средний уровень загрузки койко-мест составлял 46,21%. Наибольшее количество сетевых отелей в 2017 г. имела Франция, второе место занимала Великобритания, третье – Испания, а четвертое – Германия.

Ключевые слова: уровень загрузки отелей, показатель средней цены за номер, показатель выручки номерного фонда за один номер, международная гостиничная индустрия, гостиничные сети, гостиничный рынок Европы.

УДК 339.13.01:338.48

<https://doi.org/10.32843/infrastruct34-4>

Шикіна О.В.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри туристичного

та готельно-ресторанного бізнесу

Одеський національний економічний

університет

*The article explores the hotel industry in Europe. For 2008–2018 analyzed the dynamics of the level of hotel occupancy, price per room (ADR) and revenue per available room per day (RevPAR). During the study period, the average annual hotel occupancy in Europe was 66.64%, ADR was \$125.73 and increased by \$3.14 annually, and RevPAR was \$85.04 and increased annually by \$3.18. Among selected countries, the European leaders (top-10) in the hotel industry by the number of places in hotels in 2017 were Italy, Germany, Spain, the UK, France, Turkey, Greece, Austria, Poland, and Portugal. The leaders in the European hotel industry in terms of hotel occupancy are countries such as Malta, Cyprus, Netherlands, Ireland, United Kingdom, Spain, Germany, Denmark, France and Croatia. The highest rate of hotel occupancy was observed in Malta – 76.7%, and the smallest of the countries that provided data was in Slovakia – 39.94%. Four of the six countries in the Eastern Europe region showed low loading rates (less than 50.0%). The total amount of beds in hotels of the countries of the European Union (28 countries) amounted to 6 595 678 places in 2017, and the average load of beds was 46.21%. France had the largest number of chain hotels in 2017, Great Britain took second place, Spain took third place, Germany took fourth place. We can conclude that London among the most visited cities is on the first place in terms of hotel occupancy and showed an indicator of 81.7%, for example, according to official figures, the level of hotel occupancy in Ukraine in 2018 was 31%. It is known that the ADR affect the occupancy rate, the higher ADR is, the lower the occupancy rate will be. But London with high occupancy rate is placed on 4th grade in ADR with 169.2 euros, giving way only to Zurich (203.9 euros), Paris (231.3 euros) and Geneva (242.9 euros). This is indicative of the inelastic demand for hotel accommodation in London, meaning there are a large number of business travelers or travelers who can afford to stay at great prices. An example of elastic demand for accommodation is the occupancy rate, ADR and RevPAR of Prague. This city is ranked 3rd in terms of occupancy rate – 79.9%, and 12th in terms of ADR and RevPAR, which proves inversely proportional. **Key words:** hotel occupancy rate, average daily room rate, revenue per available room per day, international hotel industry, hotel chains, hotel market in Europe.*

Постановка проблеми. Європейський ринок готельних послуг можна визначити як сферу реалізації послуг та економічних відносин, яка об'єднує попит та пропозицію для забезпечення процесів купівлі-продажу готельного продукту (створюваного готельними компаніями в цьому регіоні згідно з нормами європейського права), а також процесу розвитку системи наднаціонального регулювання з поширення єдиних методів та стандартів для забезпечення ефективного розвитку й гармонізації готельних господарств європейських країн [2, с. 75].

Серед окремих країн європейськими лідерами готельної індустрії за потужністю бази є Італія, Німеччина, Іспанія, Велика Британія, Франція,

Туреччина, Греція, Австрія, Польща, Португалія. Процес утворення готельних мереж охоплює нові країни, зокрема Мальту, Шотландію, Єгипет [6].

З огляду на високі ціни на розміщення саме Європа є найпривабливішим ринком для більшості готельних компаній. Причому, приходячи на цей ринок, міжнародні корпорації не будують нові готелі, а намагаються скупити вже наявні готелі й невеликі місцеві ланцюги або взяти їх під своє управління [7].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням розвитку міжнародної готельної індустрії, питаннями статистичної аналітики, сучасного стану та тенденціями розвитку ринку готельних послуг Європейського регіону займались Є.С. Мень-

кова [1], К.І. Михайличенко [1], І.В. Посохов [2], Є.І. Шевченко [1], К.І. Щетиніна [8] та інші науковці.

Постановка завдання. Отже, виникає необхідність розгляду діяльності готелів європейських країн у розрізі основних показників функціонування (рівень завантаження готелів, показник ціни за номер (ADR), показник виручки номерного фонду за один номер (RevPAR)) загалом та по окремих країнах, що входять у макрорегіон Європи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Провідне місце у світовому готельному господарстві посідає Європейський континент. На його частку припадає в середньому половина світового туристичного потоку, відповідно, готельний фонд складає більшу частку (близько 45%) усього світового готельного фонду [2]. Втім, тут не враховується той факт, що у європейських країнах готельною базою приймається близько половини іноземних відвідувачів, інші туристи приймаються на альтернативній (додатковій) базі, що менш характерне для країн інших континентів [3].

Аналіз динаміки рівня завантаження готельної індустрії Європи здійснюється на основі побудови рядів динаміки [1]. Узагальнюючою характеристикою ряду динаміки є його середній рівень, який розраховується за формулою середньої арифметичної простої (для інтервального ряду).

Для аналізу абсолютних та відносних показників динаміки використовують ланцюгові й базисні, абсолютний приріст, темп зростання, темп приросту, абсолютний зміст відсотків приросту (табл. 1).

Так, у 2018 р. порівняно з 2017 р. рівень завантаження готелів Європи знизився на 8,7%. За 2009–2018 рр. рівень завантаження готелів Європи знизився на 1,9%. Рівень завантаження стрімко впав у 2018 р., що було загальною тенденцією як для Європейського так і для Американського регіонів [4], хоча протягом 2009–2017 рр. спостерігалось стрімке зростання цього показника функціонування готелів.

Найбільший темп росту за досліджений період порівняно з базисним роком спостерігався у 2017 р., склавши 1,1 разів. Найбільший темп приросту спостерігався у 2010 р. порівняно з 2009 р., склавши 6,28%.

У 2018 р. кожному відсотку зниження рівня завантаження готелів у країнах Європи відповідало 0,719%.

За 2008–2018 рр. в середньому щорічно у країнах Європи рівень завантаження готелів складав 66,64%. За досліджуваний період рівень завантаження готелів країн Європи в середньому щорічно знижувався на 0,19%.

Для подальшого аналізу діяльності готельного ринку країн Європи звернемося до показника ADR ("Average daily room rate"). Як правило, в готельному бізнесі не існує єдиного базового тарифу [5]. Все залежить від сезону, від того, чи застосовується динамічне ціноутворення. Іншими словами, на ринок потрібно реагувати, тобто експериментувати з тарифами.

ADR дорівнює виручці від продажу номерного фонду, поділеної на кількість проданих номерів.

Фактори, які впливають на ADR [8]:

- конкурентне середовище;
- сезонність;
- активність (динамічні тарифи, акції);
- інфляція.

З огляду на табл. 2 у 2018 р. порівняно з 2017 р. середня ціна за номер готелів Європи збільшилась на 21,19 дол. США. За 2009–2018 рр. середня ціна за номер готелів Європи збільшилась на 31,37 дол. США, що могло спричинити стрімке падіння рівня завантаження у 2018 р. Середня ціна за номер у регіоні Європи у 2018 р. посідала друге місце після регіонів Середнього Сходу та Африки, що говорить про загальну тенденцію до високих цін у Європі.

Найбільший темп росту за досліджений період порівняно з базисним роком спостерігався у 2011 р., склавши 1,29 разів. Найбільший темп при-

Таблиця 1

Аналіз динаміки рівня завантаження готельної індустрії Європи за 2008–2018 рр. [9]

Рік	Рівень завантаження, %	Абсолютний приріст		Темп росту		Темп приросту, %		Абсолютний зміст 1% приросту
		Δ_c	Δ_b	T_{pc}	T_{pb}	T_{prc}	T_{prb}	
2008	65,1	...	0,00	...	1,00	...	0,00	...
2009	60,5	-4,60	-4,60	0,93	0,93	-7,07	-7,07	0,651
2010	64,3	3,80	-0,80	1,06	0,99	6,28	-1,23	0,605
2011	66,1	1,80	1,00	1,03	1,02	2,80	1,54	0,643
2012	65,8	-0,30	0,70	1,00	1,01	-0,45	1,08	0,661
2013	67,4	1,60	2,30	1,02	1,04	2,43	3,53	0,658
2014	68,6	1,20	3,50	1,02	1,05	1,78	5,38	0,674
2015	70,0	1,40	4,90	1,02	1,08	2,04	7,53	0,686
2016	70,2	0,20	5,10	1,00	1,08	0,29	7,83	0,700
2017	71,9	1,70	6,80	1,02	1,10	2,42	10,45	0,702
2018	63,2	-8,70	-1,90	0,88	0,97	-12,10	-2,92	0,719

Таблиця 2

**Аналіз динаміки показника середньої ціни за номер (ADR)
готельної індустрії Європи за 2008–2018 рр. [9]**

Рік	ADR, дол. США	Абсолютний приріст		Темп росту		Темп приросту, %		Абсолютний зміст 1% приросту
		Δ_c	Δ_b	T_{rc}	T_{rb}	T_{prc}	T_{prb}	
2008	108,05	...	0,00	...	1,00	...	0,00	...
2009	132,95	24,90	24,90	1,23	1,23	23,04	23,04	1,0805
2010	128,07	-4,88	20,02	0,96	1,19	-3,67	18,53	1,3295
2011	139,78	11,71	31,73	1,09	1,29	9,14	29,37	1,2807
2012	125,2	-14,58	17,15	0,90	1,16	-10,43	15,87	1,3978
2013	136,14	10,94	28,09	1,09	1,26	8,74	26,00	1,252
2014	121,34	-14,80	13,29	0,89	1,12	-10,87	12,30	1,3614
2015	119,28	-2,06	11,23	0,98	1,10	-1,70	10,39	1,2134
2016	114,65	-4,63	6,60	0,96	1,06	-3,88	6,11	1,193
2017	118,23	3,58	10,18	1,03	1,09	3,12	9,42	1,1465
2018	139,42	21,19	31,37	1,18	1,29	17,92	29,03	1,1823

Таблиця 3

**Аналіз динаміки показника виручки номерного фонду за один номер (RevPAR)
готельної індустрії Європи за 2008–2018 рр. [9]**

Рік	ADR, дол США	Абсолютний приріст		Темп росту		Темп приросту, %		Абсолютний зміст 1% приросту
		Δ_c	Δ_b	T_{rc}	T_{rb}	T_{prc}	T_{prb}	
2008	69,13	...	0,00	...	1,00	...	0,00	...
2009	80,46	11,33	11,33	1,16	1,16	16,39	16,39	0,6913
2010	82,31	1,85	13,18	1,02	1,19	2,30	19,07	0,8046
2011	92,43	10,12	23,30	1,12	1,34	12,29	33,70	0,8231
2012	86,27	-6,16	17,14	0,93	1,25	-6,66	24,79	0,9243
2013	91,75	5,48	22,62	1,06	1,33	6,35	32,72	0,8627
2014	83,2	-8,55	14,07	0,91	1,20	-9,32	20,35	0,9175
2015	83,45	0,25	14,32	1,00	1,21	0,30	20,71	0,832
2016	80,51	-2,94	11,38	0,96	1,16	-3,52	16,46	0,835
2017	85,01	4,50	15,88	1,06	1,23	5,59	22,97	0,8051
2018	100,92	15,91	31,79	1,19	1,46	18,72	45,99	0,8501

росту спостерігався у 2009 р. порівняно з 2008 р., склавши 23,04%.

У 2018 р. кожному відсотку збільшення середньої ціни номерного фонду готелів у країнах Європи відповідало 1,1823 дол. США.

За 2008–2018 рр. в середньому щорічно у країнах Європи середня ціна номерного фонду складала 125,73 дол. США. За досліджуваний період ADR готелів країн Європи в середньому щорічно збільшувався на 3,14 дол. США.

Далі розглянемо показник RevPAR (“Revenue per available room per day”), що є одним з найважливіших показників, оскільки він втілює всю політику продажів. RevPAR дорівнює виручці від продажу номерного фонду, поділеній на кількість усіх номерів у готелі [8]. Інакше кажучи, RevPAR дорівнює ADR, помноженій на завантаження.

Один і той же RevPAR можна отримати, якщо продавати дорого, але з невеликим завантаженням, або навпаки, якщо продавати більше номерів за нижчою ціною.

Важливо дуже уважно стежити за тим, як RevPAR змінюється. Цей показник визначає те, наскільки добре працює бізнес. В ідеалі RevPAR повинен постійно зростати.

Розподіл показника виручки номерного фонду за один номер світової готельної індустрії за 2008–2018 рр. за регіонами здійснювався нерівномірно. Так, Азіатсько-Тихоокеанський регіон демонстрував загальну тенденцію до зниження після 2012 р., тоді як Американський та частково Європейський регіони були схильні до зростання.

Аналізуючи табл. 3, бачимо, що у 2018 р. порівняно з 2017 р. показник виручки номерного фонду за один номер готелів Європи збільшився на 15,91 дол. США.

За 2009–2018 рр. показник виручки номерного фонду за один номер готелів Європи збільшився на 31,79 дол. США. RevPAR, як і ADR, у регіоні Європи стрімко збільшився у 2018 р., опинившись на першому місці за величиною серед усіх регіонів світу.

Найбільший темп росту за досліджений період порівняно з базисним роком спостерігався у 2018 р., склавши 1,19 разів. Найбільший темп приросту спостерігався у 2018 р. порівняно з 2017 р., що склав 45,99%.

У 2018 р. кожному відсотку збільшення показника виручки номерного фонду за один номер готелів Європи відповідало 0,8501 дол. США.

За 2008–2018 рр. в середньому щорічно у країнах Європи показник виручки номерного фонду за один номер складав 85,04 дол. США. За досліджуваний період показник виручки номерного фонду за один номер готелів Європи в середньому щорічно збільшувався на 3,18 дол. США.

Серед окремих країн європейськими лідерами (топ-10) готельної індустрії за кількістю місць у готелях у 2017 р. були Італія, Німеччина, Іспанія, Велика Британія, Франція, Туреччина, Греція, Австрія, Польща, Португалія (табл. 4).

Так, у безперечного лідера, а саме Італії, кількість місць у готелях склала більше 1 000 000, тоді як у країни з найменшою кількістю місць у готелях, а саме Ліхтенштейну, було тільки 707. З топ-10 країн Європи за кількістю місць у готелях 5 країн належать до регіону Південної Європи, 3 – Західної Європи, по 1 – Північної та Східної Європи.

Лідерами європейської готельної індустрії за рівнем завантаження готелів є такі країни, як

Таблиця 4

Розподіл готельного сектору по країнах Європи та Європейського Союзу у 2017 р. [9]

№	Країна	Кількість місць у готелях		Рівень завантаження готелів		Рівень завантаження койко-місць	
		од.	місце	%	місце	%	місце
1	Австрія	291 046	8	55,0	15	47,0	16
2	Бельгія	58 968	21	н. д.	–	н. д.	–
3	Болгарія	123 420	14	57,1	12	42,0	20
4	Велика Британія	874 285	4	70,2	5	51,6	8
5	Греція	409 873	7	50,7	20	52,8	7
6	Данія	46 653	22	62,0	8	48,0	15
7	Естонія	16 208	27	55,0	15	48,0	15
8	Ірландія	64 643	19	71,0	4	54,0	6
9	Ісландія	14 517	28	н. д.	–	54,9	5
10	Іспанія	924 174	3	67,07	6	62,62	3
11	Італія	1 086 910	1	48,8	23	46,1	17
12	Кіпр	41 805	23	74,6	2	76,4	1
13	Латвія	13 045	30	44,8	25	39,61	27
14	Литва	13 965	29	53,7	19	40,8	24
15	Ліхтенштейн	707	34	н. д.	–	26,1	34
16	Люксембург	7 535	33	45,16	24	31,28	32
17	Македонія	9 335	32	н. д.	–	24,3	35
18	Мальта	18 785	26	76,7	1	66,4	2
19	Нідерланди	124 049	13	71,8	3	50,4	10
20	Німеччина	963 339	2	62,07	7	44,8	19
21	Норвегія	87 578	16	н. д.	–	38,5	28
23	Польща	162 512	9	48,9	22	39,8	26
24	Португалія	153 971	10	56,98	13	51,36	9
25	Румунія	114 389	15	43,97	26	36,5	29
26	Сербія	н. д.	–	н. д.	–	31,2	33
27	Словаччина	40 088	24	39,94	27	34,18	30
28	Словенія	22 908	25	55,6	14	50,1	11
29	Туреччина	445 249	6	н. д.	–	41,49	23
30	Угорщина	73 736	18	55,0	15	40,6	25
31	Фінляндія	59 104	20	54,76	18	41,5	22
32	Франція	660 017	5	61,2	9	48,9	13
33	Хорватія	79 984	17	59,2	10	59,5	4
34	Чехія	137 318	12	49,8	21	49,9	12
35	Чорногорія	н. д.	–	н. д.	–	33,7	31
36	Швейцарія	140 331	11	н. д.	–	41,6	21
37	Швеція	12 948	31	58,27	11	45,96	18
	EU-28	6 595 678		н. д.		46,21	

Мальта, Кіпр, Нідерланди, Ірландія, Велика Британія, Іспанія, Німеччина, Данія, Франція та Хорватія. Найбільший рівень завантаження готелів спостерігався у Мальти, а саме 76,7%, а найменший з тих країн, що надали дані, був у Словаччини, а саме 39,94%. Чотири країни з шести, що належать до регіону Східної Європи, демонстрували низький рівень завантаження (менший за 50,0%).

Ще один показник, а саме рівень завантаження койко-місць у готелях, склався таким чином. До топ-10 країн Європи увійшли Кіпр, Мальта, Іспанія, Хорватія, Ісландія, Ірландія, Греція, Велика Британія, Португалія та Нідерланди. Шість країн з дванадцяти, що належать до регіону Південної Європи, демонстрували високий рівень завантаження койко-місць (більший за 51,0%).

П'ятнадцять країн Європейського Союзу мають рівень завантаження койко-місць більший за середній по ЄС (46,21%) (рис. 1).

Загальна сума місць у готелях країн Європейського Союзу (28 країн) складала у 2017 р.

6 595 678 місць, а середній рівень завантаження койко-місць – 46,21%.

Виходячи з даних, отриманих із сайту Statista (табл. 5), можемо проаналізувати співвідношення мережевих готелів до місцевих незалежних готелів у наведених країнах.

Так, найбільшу кількість мережевих готелів у 2017 р. мала Франція (за співвідношенням мережевих готелів та незалежних вона посідає 4 місце), друге місце посідала Велика Британія (10 місце за співвідношенням мережевих готелів та незалежних), третє – Іспанія (1 місце за співвідношенням мережевих готелів та незалежних), четверте – Німеччина (9 місце за співвідношенням мережевих готелів та незалежних) [5, с. 191].

Такі країни, як Нідерланди, Польща, Швейцарія, Ірландія, Хорватія, Угорщина та Кіпр, мали відносно невелику загальну кількість готелів, що дало змогу посідати високі місця за співвідношенням мережевих готелів та незалежних. Найбільші готельні мережі представлені в усіх основних кра-

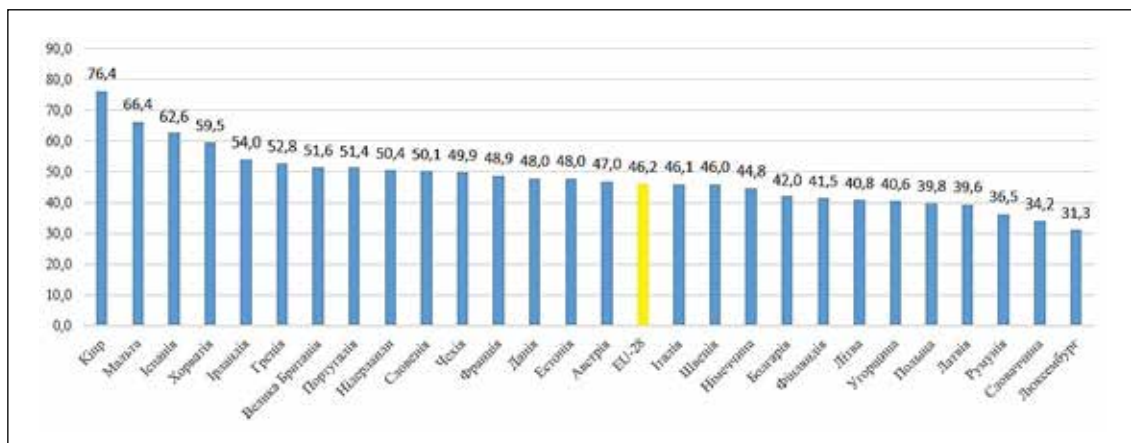


Рис. 1. Рівень завантаження койко-місць у Європейському Союзі, 2017 р. [9]

Таблиця 5

Кількість мережевих готелів у Європі у 2017 р. по країнах [9]

№	Країна	Кількість мережевих готелів	Кількість місцевих незалежних готелів	Загальна кількість готелів	Питома вага мережевих готелів	Місце за питомою вагою мережевих готелів
1	Франція	3 816	18 382	22 198	17,2%	4
2	Велика Британія	3 520	42 024	45 544	7,7%	10
3	Іспанія	2 453	7 369	9 822	25,0%	1
4	Німеччина	2 078	20 081	22 159	9,4%	9
5	Італія	1 488	33 166	34 654	4,3%	12
6	Нідерланди	663	3 503	4 166	15,9%	5
7	Польща	342	2 316	2 658	12,9%	6
8	Швейцарія	272	4 418	4 690	5,8%	11
9	Ірландія	183	822	1 005	18,2%	3
10	Хорватія	167	684	851	19,6%	2
11	Угорщина	140	1083	1223	11,4%	7
12	Кіпр	25	223	248	10,1%	8

їнах регіону, що обумовлене великим попитом на послуги індустрії гостинності в Європі.

Країною-лідером за кількістю готельних брендів у 2017 р. (табл. 6) була Іспанія, питома вага міжнародних брендів складала 29,7%.

Друге місце посідала Італія, де питома вага міжнародних брендів складала 39,6% [5, с. 193]. Ще однією з досліджених країн, де кількість міжнародних брендів не перевищувала кількість місцевих брендів, був Кіпр, що за загальною кількістю брендів посів 12 місце. Інші країни, де питома вага міжнародних брендів перевищувала питому вагу місцевих брендів у порядку зростання утворили таку послідовність: Франція (51,4%), Велика Британія (54,1%), Німеччина (56,2%), Польща (57,4%), Нідерланди (63,6%), Ірландія (74,2%), Хорватія (75,0%), Угорщина (86,7%), а перше місце посіла Швейцарія (87,7%).

За даними, наведеними у табл. 7, можемо зробити висновки, що з найбільш відвідуваних міст Лон-

дон посідає перше місце за рівнем завантаження готелів, демонструючи показник 81,7%. Для прикладу наведемо за офіційними даними рівень завантаження готелів України у 2018 р., що склав 31%.

Як відомо, на рівень завантаження впливає показник ADR, тобто чим він більше, тим менше буде рівень завантаження. Однак Лондон посідає 4 місце за показником ADR, що складає 169,2 євро, поступаючись тільки Цюріху (203,9 євро), Парижу (231,3 євро) та Женеві (242,9 євро). Це свідчить про нееластичний попит на послугу проживання в готелях Лондона, тобто існує велика кількість бізнес-туристів чи мандрівників, що можуть собі дозволити проживати в готелях за значними цінами.

Прикладом еластичного попиту на проживання є рівень завантаження, ADR та RevPAR Праги. Це місто посідає 3 місце за рівнем завантаження, маючи 79,9%, та 12 місце за показниками ціни номера та виручки, що підтверджує обернено пропорційну залежність.

Таблиця 6

Кількість готельних брендів у Європі у 2017 р. по країнах [9]

№	Країна	Кількість міжнародних брендів	Кількість місцевих брендів	Загальна кількість брендів	Питома вага міжнародних брендів	Місце за питомою вагою міжнародних брендів
1	Іспанія	86	204	290	29,7%	12
2	Італія	90	137	227	39,6%	10
3	Німеччина	114	89	203	56,2%	7
4	Велика Британія	80	68	148	54,1%	8
5	Франція	55	52	107	51,4%	9
6	Нідерланди	68	39	107	63,6%	5
7	Швейцарія	57	8	65	87,7%	1
8	Польща	35	26	61	57,4%	6
9	Угорщина	39	6	45	86,7%	2
10	Ірландія	23	8	31	74,2%	4
11	Хорватія	15	5	20	75,0%	3
12	Кіпр	2	4	6	33,3%	11

Таблиця 7

Показники готельної індустрії в містах-лідерах за відвідуванням туристами у Європі у 2017 р. [9]

№	Місто	Рівень завантаження	ADR		RevPAR	
			євро	місце	євро	місце
1	Лондон	81,7	169,2	4	138,2	4
2	Амстердам	81,5	142,6	6	116,2	5
3	Прага	79,9	85,6	12	68,4	12
4	Лісабон	77,6	113,8	9	88,2	8
5	Берлін	76,6	95,7	10	73,4	10
6	Порто	76,4	92,0	11	70,3	11
7	Париж	73,5	231,3	2	170,1	2
8	Цюріх	72,8	203,9	3	148,4	3
9	Мілан	70,5	137,2	7	96,7	7
10	Женева	70,1	242,9	1	170,3	1
11	Рим	70,0	145,0	5	101,6	6
12	Франкфурт	69,5	122,1	8	84,9	9

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, європейський готельний ринок займає провідні позиції в міжнародній сфері готельних послуг за рівнем завантаження, втративши свої позиції лише у 2018 р. Аналіз динаміки рівня завантаження показав зменшення темпу приросту на 1,9% за 2008–2018 рр. За цей період у середньому щорічно в країнах Європи рівень завантаження готелів складав 66,64%, в середньому щорічно знижуючись на 0,19%.

Середня ціна за номер (ADR) готелів Європи за 2008–2018 рр. збільшилась на 31,37 дол. США, що могло спричинити стрімке падіння рівня завантаження у 2018 р. Порівняння цього показника у 2018 р. з показниками інших макрорегіонів свідчить про те, що Європа посідає 2 місце, демонструючи високі ціни на проживання. За досліджуваний період середня ціна номерного фонду в Європі складала 125,73 дол. США, щорічно збільшуючись на 3,14 дол. США.

Показник виручки номерного фонду за один номер (RevPAR) готелів Європи за 2008–2018 рр. в середньому щорічно складав 85,04 дол. США, збільшившись на 31,79 дол. США.

Серед окремих країн європейськими лідерами (топ-10) готельної індустрії за кількістю місць у готелях у 2017 р. були Італія, Німеччина, Іспанія, Велика Британія, Франція, Туреччина, Греція, Австрія, Польща, Португалія.

Найбільшу кількість мережевих готелів у 2017 р. мала Франція.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Менькова Е.С., Шевченко Е.И., Михайличенко К.И. Анализ мирового рынка гостиничной отрасли. *Современные научные исследования и разработки*. 2019. № 1. С. 689–701.
2. Посохов І.В. Сучасний стан і структура європейського ринку готельних послуг. *Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід* : колективна монографія / за заг. ред. А.Ю. Парфіненка. Харків, 2017. С. 77.
3. Туризм у Європі. Європейська комісія. *Eurostat*. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (дата звернення: 29.06.2019).
4. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Козловський Р.С. Динаміка показників міжнародного туризму. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 27. С. 24–28.
5. Шикіна О.В. Моніторинг структури готельних брендів Європи. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2019. № 3 (266). С. 178–201.
6. Шикіна О.В. Динаміка розвитку міжнародної готельної індустрії на прикладі готельних мереж. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. № 12 (210). С. 82–91.
7. Шикіна О.В. Світовий досвід створення готельних мереж. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку*

для України : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, студентів, аспірантів та вчених, 10 квітня 2019 р. Одеса, 2019. С. 144–149.

8. Щетинина К.И. Тенденции развития европейского рынка гостиничных услуг : дисс. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.14. Москва, 2016. 192 с.

9. Statista : статистичний портал. URL: <http://www.statista.com> (дата звернення: 25.06.2019).

REFERENCES:

1. Men'kova E.S., Shevchenko E.I., Mihajlichenko K.I. (2019) Analiz mirovogo rynka gostinichnoj otrasli [Analysis of the global hotel market]. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i razrabotki – Modern research and development*, no. 1, pp. 689–701 [in Russian].
2. Posohov I.V. (2017). Suchasnyj stan i struktura jevropejskogho rynku ghotelnykh poslugh [The current state and structure of the European hotel services market]. *Suchasni tendenciji rozvytku ghoteljno-restorannogho biznesu: mizhnarodnyj ta nacionalnyj dosvid : kolektyvna monohrafija – Modern tendencies of development of hotel and restaurant business: international and national experience* (pp. 77). Kharkiv : KhNU imeni V.N. Karazina [in Ukrainian].
3. Turyzm u Jevropi. Jevropejsjka komisija: Eurostat [Tourism in Europe. European Commission: Eurostat]. *statista.com*. Retrieved from: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> [in English] (accessed: 29 June 2019).
4. Shykina O.V., Goncharenko Ja.Je., Kozlovskij R.S. (2019) Dynamika pokaznykiv mizhnarodnogho turizmu [Dynamics of indicators of international tourism]. *Infrastruktura rynku – Market infrastructure*, no. 27, pp. 24–28 [in Ukrainian].
5. Shykina O.V. (2019) Monitoring strukturi gotel'nih brendiv Evropi [Monitoring the structure of hotel brands in Europe]. *Naukovij visnik Odes'kogo nacional'nogo ekonomichnogo universitetu – Scientific Bulletin of the Odessa National Economic University*, 3 (266), pp. 178–201 [in Ukrainian].
6. Shykina O.V. (2018) Dynamika rozvytku mizhnarodnoji ghoteljnoji industriji na prykladi ghotelnykh merezh [Dynamics of the development of the international hotel industry on the example of hotel chains]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy*, no. 12, pp. 135–143 [in Ukrainian].
7. Shykina O.V. (2019) Svitovij dosvid stvorenja ghotelnykh merezh [World experience in creating hotel chains] *Proceedings from MIIM '19: Vseukrajinsjka nauково-praktychna konferencija studentiv, aspirantiv ta vchenykh "Turystychnyj ta ghoteljno-restorannyj biznes: svitovij dosvid ta perspektyvy rozvytku dlja Ukrajiny"* – All-Ukrainian scientific and practical conference of students, postgraduates and scientists "Tourist, hotel and restaurant business: world experience and development prospects for Ukraine" (pp. 144–149). Odesa : ONEU [in Ukrainian].
8. Shhetinina K.I. (2016) Tendentsii razvitiya evropejskogho rynka gostinichnykh uslug [Trends in the development of the European hotel services market]. *Candidate's thesis*. Moscow [in Russian].
9. Statista : statystychnyj portal [Statista : statistical portal]. *statista.com*. Retrieved from: <http://www.statista.com> [in English] (accessed: 25 June 2019)

Shykina Olga

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Business
Odessa National Economics University

INTERNATIONAL HOTEL INDUSTRY OF MACRO-REGION OF EUROPE

The purpose of the article is a need to consider the activity of hotels European countries in terms of key operation indicators (hotel occupancy, average daily room rate (ADR) and revenue per available room per day (RevPAR) in the whole and by countries within the Europe macro-region.

Methodology. The study is based on official data of Statista and analysis of their growth rates.

Results. The article explores the hotel industry in Europe. For the period 2008–2018 analyzed the dynamics of the level of hotel occupancy, price per room (ADR) and revenue per available room per day (RevPAR). During the study period, the average annual hotel occupancy in Europe was 66.64%, ADR was \$ 125.73 and increased by \$3.14 annually, and RevPAR was \$85.04 and increased annually by \$3.18

Among selected countries, the European leaders (top-10) in the hotel industry by the number of places in hotels in 2017 were Italy, Germany, Spain, the UK, France, Turkey, Greece, Austria, Poland, and Portugal.

The leaders in the European hotel industry in terms of hotel occupancy are countries such as Malta, Cyprus, Netherlands, Ireland, United Kingdom, Spain, Germany, Denmark, France and Croatia. The highest rate of hotel occupancy was observed in Malta – 76.7%, and the smallest of the countries that provided data was in Slovakia – 39.94%.

We can conclude that London among the most visited cities is on the first place in terms of hotel occupancy and showed an indicator of 81.7%, for example, the level of hotel occupancy in Ukraine in 2018 was 31%.

It is known that the ADR affect the occupancy rate, the higher ADR is, the lower the occupancy rate will be. But London with high occupancy rate is placed on 4th grade in ADR with 169.2 euros, giving way only to Zurich (203.9 euros), Paris (231.3 euros) and Geneva (242.9 euros). This is indicative of the inelastic demand for hotel accommodation in London, meaning there are a large number of business travelers or travelers who can afford to stay at great prices.

Practical implications. The European hotel market has a leading position in the international hotel services industry by occupancy rate, losing its position only in 2018. An analysis of the dynamics of the occupancy rate showed a decrease of growth rate in 1.9% for 2008–2018. During this period, on average, annually in the countries of Europe, the level of hotel occupancy was 66.64% and decreased on average annually by 0.19%.

Value/originality. The article involves the use of clear calculation algorithm available objective information. Proper understanding of the level of hotel attractiveness contributes to the development of an effective tourism development strategy at the regional levels; because it requires a differentiated approach to taking into account regional features of tourism attractiveness.