

DOI : 10.33274/2079-4819-2018-69-2-62-69

УДК 338.48

Горіна Г. О.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

РЕЙТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

UDC 338.48

Gorina G, O.,
Grand PhD
in Economic sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

RATING ANALYSIS OF INTERNATIONAL TOURIST BUSINESS ENTERPRISES ACTIVITY

***Мета.** Метою статті є здійснення рейтингової оцінки діяльності основних суб'єктів міжнародного туристичного бізнесу — транснаціональних компаній сектору розміщення туристів.*

***Методи.** З метою досягнення поставлених завдань та мети у роботі використовувалися такі методи дослідження: системний і комплексний аналіз, розрахунково-аналітичні та порівняльні методи, метод рейтингового аналізу (для визначення місця транснаціональних компаній сектору розміщення туристів серед конкурентів), процесний підхід (для архітектурного наведення стадій розвитку міжнародних готельних компаній в умовах глобалізації); графічні й табличні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень).*

***Результати.** Проведений рейтинговий аналіз діяльності основних суб'єктів міжнародного туристичного бізнесу — транснаціональних компаній сектору розміщення туристів — дозволив виокремити такі тенденції: 1) превалювання у Top-10 рейтингу (2016–2017 рр.) міжнародних готельних компаній за кількістю контрольованих номерів (номерного фонду) компаній з країною базування — США; 2) високу частку (40 % у 2017 р.) у рейтингах Top-10 міжнародних готельних компаній за управлінням на основі контракту на управління та на підставі франчайзингу однакових компаній з різницею у займаних позиціях; 3) превалювання у Top-10 рейтингу міжнародних готельних консорціумів у 2017 р. консорціумів з європейського ринку та, на відміну від рейтингу міжнародних готельних компаній та міжнародних готельних мереж, відсутність консорціумів азіатського ринку; 4) наявність стадійності розвитку міжнародних готельних мереж та компаній, яка тісно пов'язана з їх виходом на нові ринки країн світу і розширенням свого «країнового портфелю».*

***Ключові слова:** міжнародна готельна мережа, міжнародний готельний оператор, готельний консорціум, міжнародний туристичний бізнес, ринок туристичних послуг.*

Постановка проблеми. У міжнародному готельному бізнесі процеси глобалізації найкраще простежуються на прикладі сектору засобів розміщення туристів, у якому транснаціональні корпорації набувають форми міжнародних готельних компаній

© Г. О. Горіна, 2018

(МГК) — готельних операторів, міжнародних готельних мереж та міжнародних готельних консорціумів та є основними суб'єктами міжнародного туристичного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стрімке поширення мережевих форм управління міжнародним готельним та туристичним бізнесом, успішність управління готелями у рамках мережевих структур, використовуючи управління на підставі власності, франчайзингу та контракту на управління, активізує дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців у зазначеній тематиці, а саме: І. В. Безуглого [1], Т. В. Бурака [2; 3], В. С. Катькало, В. Н. Шемракової [4; 5], А. В. Колодійчука [6], С. Мельниченко, Т. Кудлай [7], А. А. Рябева [8] та інших.

Разом з тим зазначені публікації носять переважно теоретичний характер, фрагментарно досліджуючи діяльність деяких суб'єктів міжнародного готельного бізнесу.

Отже, необхідність комплексної рейтингової оцінки діяльності міжнародних готельних мереж, готельних консорціумів, готельних компаній (операторів) з метою визначення компаній-лідерів та подальшого вивчення їх стратегій розвитку спонукає до проведення відповідного дослідження.

Мета статті — здійснення рейтингової оцінки діяльності основних суб'єктів міжнародного туристичного бізнесу — транснаціональних компаній сектору розміщення туристів.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними MKG Hospitality, яка щорічно складає рейтинг 325 найбільших міжнародних готельних компаній та 50 міжнародних готельних мереж на підставі офіційних звітів компаній, у 2017 р. у десятку найбільших компаній за номерним фондом увійшли Marriott International, Hilton, IHG (Inter Continental Hotels Group), Wyndham Hotel Group, Shanghai Jin Jiang International Hotel Group Co., Accor Hotels, Choice Hotels International, BTG Homeinns Hotels (Group) Co., Best Western Hotels & Resorts, China Lodging Group (табл. 1). Репрезентований склад Топ-10 рейтингу міжнародних готельних компаній залишився незмінним порівняно з 2016 р. Основним критерієм, який враховується при складанні рейтингу, є кількість контрольованих номерів (номерний фонд).

Таблиця 1 — Топ-10 рейтингу міжнародних готельних компаній (готельних операторів) у 2017 р. (розроблено автором за даними [9])

Рейтинг 2017	Назва міжнародної готельної компанії	Країна базування	Кількість готельних мереж у складі	Номерний фонд	Готельний фонд
1	Marriott International	США	30	1195141	6333
2	Hilton Worldwide	США	16	856115	5284
3	IHG (Inter Continental Hotels Group)	Англія	15	798075	5348
4	Wyndham Hotel Group	США	19	753161	8643
5	Shanghai Jin Jiang International Hotel Group Co.	КНР	4	680111	6794
6	Accor Hotels	Франція	33	616181	4283
7	Choice Hotels International	США	13	521335	6815
8	BTG Homeinns Hotels (Group) Co.	США	н/д	384743	3712
9	China Lodging Group	КНР	н/д	379675	3746
10	Best Western Hotels & Resorts	США	14	290787	3595

Посилення конкуренції на міжнародному готельному ринку спонукає міжнародні готельні компанії використовувати стратегії зростання шляхом збільшення кількості міжнародних готельних мереж різного класу, які входять до їх складу. Це дозволяє їм забезпечити збільшення кількості споживачів за рахунок сегментації ринку і точного визначення їх потреб та можливостей щодо готельного продукту або послуги, цінової категорії та інших ключових параметрів, орієнтованих на клієнтів.

За даними MKG Hospitality до топ-10 рейтингу міжнародних готельних мереж у 2017 р. увійшли Best Western, Home Inn, Holiday Inn Express, Holiday Inn Hotels & Resorts, Marriott Hotels, Ibis, Hampton by Hilton, Hilton Hotels & Resorts, HanTing Hotel, 7 Days Inn, переважна більшість з яких походить з американського ринку — 4 мережі, європейський ринок презентують 3 мережі, і щорічно зміцнюють свої позиції у Топ-10 азіатськи готельні мережі, кількість яких у рейтингу 2015 р. становила 3 одиниці (табл. 2).

Таблиця 2 — Топ-10 рейтингу міжнародних готельних мереж, у 2017 р.
(розроблено автором за даними [9])

Рейтинг 2017	Назва міжнародної готельної мережі	Назва материнської компанії	Номерний фонд	Готельний фонд
1	Holiday Inn Express	IHG (Inter Continental Hotels Group)	262398	2600
2	Homeinn	BTG Hotels (Group) Co.	241202	2319
3	Hampton by Hilton	Hilton	237334	2338
4	Holiday Inn Hotels & Resorts	IHG (Inter Continental Hotels Group)	232693	1242
5	HanTing Hotel	China Lodging Group	223121	2974
6	Hilton Hotels & Resorts	Hilton	211423	578
7	7 Days Inn	Shanghai Jin Jiang International Hotel Group Co.	208127	2468
8	Marriott	Marriott International	196111	555
9	Super 8	Wyndham Hotel Group	178690	2867
10	Courtyard by Marriott	Marriott International	169038	1141

Отже, розвиток міжнародного готельного бізнесу характеризується укрупненням провідних суб'єктів готельного ринку, що відбувається переважно за рахунок процесів інтеграції (злиття та поглинання), розвитку сучасних форм управління — укладання франчайзингових контрактів, контрактів на управління, договорів оренди, партнерства, стратегічних альянсів тощо.

Застосовуючи стратегію зростання міжнародні готельні компанії використовують управління міжнародними готельними мережами на основі контракту на управління чи франчайзингу, нарощуючи кількість мереж, які орієнтовані на різні сегменти міжнародного готельного ринку та значно розширюють можливості компаній в забезпеченні потреб споживачів готельних послуг.

У 2017 р. у рейтингах Топ-10 міжнародних готельних компаній за управлінням на основі контракту на управління та управління на підставі франчайзингу 40 % склали однакові компанії з різницею у займаних позиціях (табл. 3).

У рейтинг десяти найбільших міжнародних готельних консорціумів у 2017 р. увійшли консорціуми з номерним фондом від 54423 (Great Hotels of the World, Англія) до 233279 (Hotusa Hotels, Іспанія). Серед Топ-10 рейтингу міжнародних готельних консорціумів у 2017 р. превалюють консорціуми з європейського ринку і, на відміну від рейтингу міжнародних готельних компаній та міжнародних готельних мереж, відсутні консорціуми азіатського ринку (табл. 4).

Таблиця 3 — Топ-10 рейтингу міжнародних готельних компаній (готельних операторів) за управлінням на основі контракту на управління чи франчайзингу, у 2017 р. (розроблено автором за даними [9])

Управління на основі контракту на управління			Франчайзинг		
Рейтинг 2017	Назва міжнародної готельної компанії	Готельний фонд	Рейтинг 2017	Назва міжнародної готельної компанії	Готельний фонд
1	BTG Homeinns	3079	1	Wyndham Hotel Group	8254
2	China Lodging Group	3075	2	Choice Hotels International	6627
3	GreenTree Hospitality Group	2263	3	Shanghai Jin Jiang International Hotel Group Co.	5639
4	Marriott International	1949	4	Hilton	4555
5	Accor Hotels	1172	5	IHG	4433
6	Dossen International Group	1087	6	Marriott International	4400
7	IHG	907	7	Accor Hotels	2030
8	Hyatt Hotels Corp.	728	8	GG Hospitality	1141
9	Aimbridge Hospitality	706	9	Magnuson Hotels	1274
10	Hilton	656	10	RLH Corp.	984

Таблиця 4 — Топ-10 рейтингу міжнародних готельних консорціумів, у 2017 р. (розроблено автором за даними [9–10])

Рейтинг 2017	Рейтинг 2016	Назва міжнародного готельного консорціуму	Країна базування	Номерний фонд	Готельний фонд
1	1	Hotusa Hotels	Іспанія	230453	2726
2	3	Associated Luxury Hotels International	США	195484	647
3	4	Preferred Hotels & Resorts	США	160000	700
4	2	Keytel Hotels	Іспанія	135133	1297
5	5	Global Hotel Alliance	ОАЕ	126120	623
6	7	HotelIREZ Hotels and Resorts	Англія	80593	946
7	9	The Leading Hotels of the World	США	60102	378
8	8	Supranational Hotels	Англія	60000	500
9	11	Hotel Republic	Англія	45218	215
10	10	Logis Hotels	Франція	44311	2122

Рейтинг міжнародних готельних компаній за кількістю охоплених країн у 2017 р. очолила Marriott International, готелі компанії репрезентовані у 127 країнах світу, друге та третє місце рейтингу займають Hilton та Inter Continental Hotels Group, розташували свої мережі та готелі у 105 та 103 країнах відповідно. Четверту сходинку поділили BestWestern Hotels & Resorts та Radisson Hotel Group, обидві компанії працюють у 102 країнах світу. П'яте місце зайняла французька Accor Hotels, репрезентували готелі у 95 країнах світу (рис. 1).

Емпіричний аналіз дозволив виокремити декілька стадій розвитку міжнародних готельних мереж та компаній, які тісно пов'язані з їх виходом на нові ринки країн світу та розширенням свого «країнового портфелю»: «етап навчання», «етап станов-

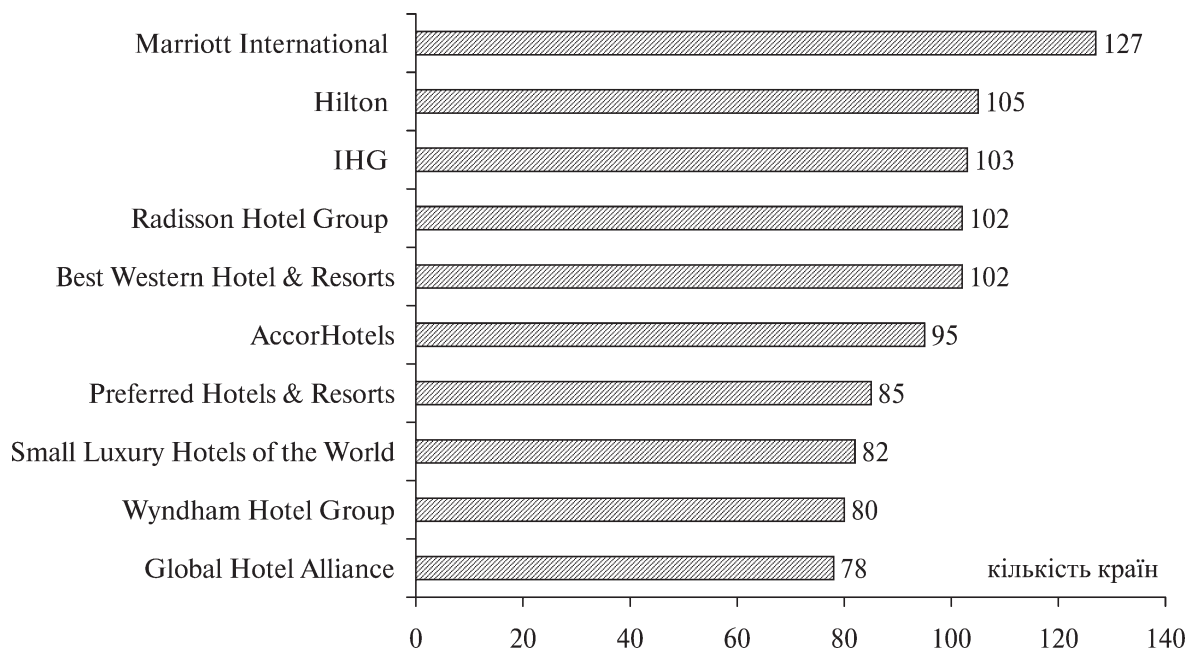


Рисунок 1 — Рейтинг міжнародних готельних компаній за кількістю охоплених країн у 2017 р. (розроблено автором за даними [9])

лення», «етап інтернаціоналізації» і «етап глобалізації». Характеристика змісту цих стадій наведена на рис. 2.

Найбільш прогресивними змінами в діяльності міжнародних готельних мереж та компаній, які відбуваються з переходом на нові стадії їх розвитку є такі:

1) відтворення повного циклу створення нових готелів, тобто створення спеціальних девелоперських підрозділів, що займаються проектуванням і будівництвом нових готелів; має місце самозабезпечення процесу розвитку, воно стає окремим напрямом діяльності (що припускає повторення певного комплексу спеціальних робіт та отримання у цій сфері економії на масштабі);

2) формування цілісної системи управління розвитком міжнародної готельної мережі, яка включає такі функціональні блоки: дослідження і прогнозування кон'юнктури; обґрунтування і ухвалення рішень; розробка і оцінка ефективності проєктів; планування і розробка програм розвитку; підготовка ресурсів; створення системи управління окремими заходами щодо розвитку; організація контролю і координація діяльності різних підрозділів; надання допомоги новоствореним готелям;

3) вироблення нової якості менеджменту з переважанням глобальних характеристик і підходів, яке можна умовно розділити на три сфери: моніторинг (якісне стеження за світовим ринком); цілепокладання (формування цілей, застосування коректних дій); стимулювання розвитку (проєкти реформування мережі);

4) поява феномену політики розвитку мережі, спрямованої на створення майбутнього, пошук і генерація необхідних змін.

Висновки. Висока інтенсивність конкуренції на локальних готельних ринках (особливо в розвинених країнах) привела до інтернаціоналізації готельного бізнесу, виникнення міжнародних готельних мереж, компаній (готельних операторів), консорціумів і асоціацій незалежних готелів з метою освоєння нових ринків. Починаючи із зародження міжнародного готельного бізнесу, стратегії розвитку міжнародних готельних мереж різної національної приналежності істотно відрізнялися. У міжнародних готельних мереж різного національного походження існують особливості стратегічного управління, бачення лінії розвитку і підходів до

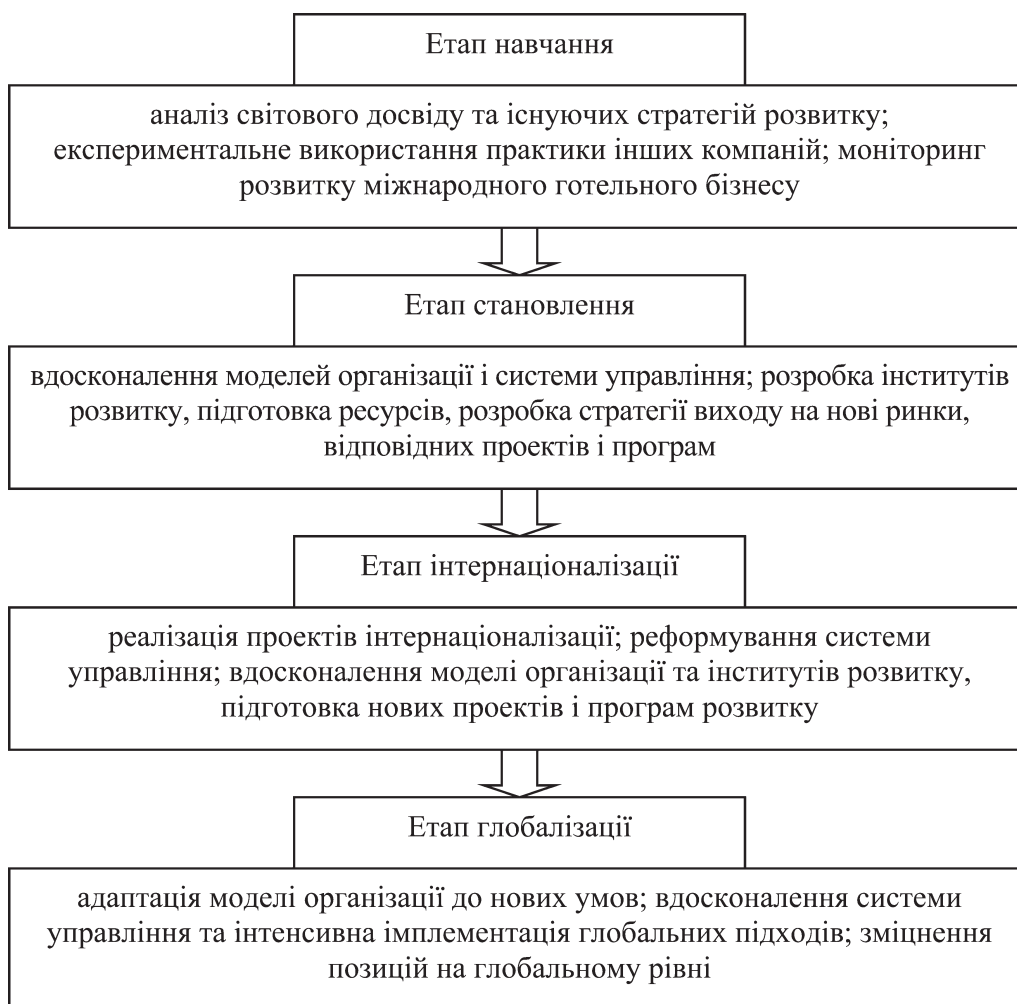


Рисунок 2 — Характеристика стадій розвитку міжнародних готельних компаній в умовах глобалізації (розроблено автором)

підвищення конкурентоспроможності. Так, за всієї універсальності глобального світу ставлення до розвитку бізнесу в мережах різного національного походження залишилося різним.

Здійснення рейтингового аналізу діяльності основних суб'єктів міжнародного туристичного бізнесу — транснаціональних компаній сектору розміщення туристів — дозволяє виокремити такі тенденції: 1) превалювання у Топ-10 рейтингу (2016–2017 рр.) міжнародних готельних компаній за кількістю контрольованих номерів (номерного фонду) компаній з країною базування — США; 2) високу частку (40 % у 2017 р.) у рейтингах Топ-10 міжнародних готельних компаній за управлінням на основі контракту на управління та на підставі франчайзингу однакових компаній з різницею у займаних позиціях; 3) превалювання у Топ-10 рейтингу міжнародних готельних консорціумів у 2017 р. консорціумів з європейського ринку, та на відміну від рейтингу міжнародних готельних компаній та міжнародних готельних мереж, відсутність консорціумів азіатського ринку; 4) наявність стадійності розвитку міжнародних готельних мереж та компаній, яка тісно пов'язана з їх виходом на нові ринки країн світу і розширенням свого «країнового портфелю».

Список літератури/References

1. Безуглий І. В. Інноваційна основа формування національних готельних мереж України Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. Вип. 22. С. 136–141.

Bezuhlyi, I. V. (2018). *Innovatsiina osnova formuvannia natsionalnykh hotelnykh merezh Ukrainy* [Innovative basis of Ukraine's national hotel chains formation]. *Hlobalni ta natsionalni problem ekonomiky* [Global and national problems of the economy], iss. 22, pp. 136–141.

2. Бурак Т. В. Готельні мережі: еволюція та становлення // Бізнес Інформ. 2014. № 8. С. 179–183.

Burak, T. V. (2014). *Hotelni merezhi: evoliutsiia ta stanovlennia* [Hotel Chain: Evolution and Formation]. *Business Inform*, no 8, pp. 179–183.

3. Бурак Т. В. Контрактне управління готельними мережами // Економічний простір. 2015. № 95. С. 166–179.

Burak, T. V. (2015). *Kontraktne upravlinnia hotelnymy merezhamy* [Contract management of hotel chains]. *Ekonomichnyi prostir* [Economic space], no 95, pp. 166–179.

4. Катякало, В. Шемракова В. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса / Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб. : Высшая школа менеджмента, 2008. 384 с.

Katyikalo, V. S., Shemrakova, V. N. (2008). *Setevyie strategii gostinichnogo biznesa* [Hotel business network strategies]. St. Petersburg, SPbSU Publ., 384 p.

5. Катякало В. С., Мукба В. Н. Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2004. № 4 (32). С. 3–30.

Katyikalo, V., Mukba V. (2004). *Mezhdunarodnyie gostinichnyie seti: spetsifika organizatsii i tipologiya strategii razvitiya* [International hotel chains: organization specifics and typology of development strategies]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo Universiteta* [Bulletin of St. Petersburg University], no. 4 (32), pp. 3–30.

6. Колодійчук А. В. Готельні мережі як ефективний спосіб ведення бізнесу в індустрії гостинності: світовий досвід // Формування ринкових відносин в Україні. 2016. № 6 (181). С. 54–56.

Kolodiichuk, A. V. (2016). *Hotelni merezhi yak efektyvnyi sposib vedennia biznesu v industrii hostynnosti: svitovyi dosvid* [Hotel networks as an effective way of doing business in the hospitality industry: world-wide experience]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini* [Formation of market relations in Ukraine], no. 6 (181), pp. 54–56.

7. Мельниченко С., Кудлай Т. Національні готельні мережі на міжнародному ринку // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. № 2. С. 19–30.

Melnychenko, S. (2017). *Natsionalni hotelni merezhi na mizhnarodnomu rynku* [National hotel chains in the international market]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo* [Foreign Trade: Economics, Finance, Law], no. 2, pp. 19–30.

8. Рябев А. А. Готельні та хостельні мережі: дослідження задоволення споживчого попиту // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2016. № 2 (1). С. 94–101.

Riabiev, A. (2016). *Hotelni ta khostelni merezhi: doslidzhennia zadovolennia spozhyvchoho popytu* [Hotel and hostel chains: consumer demand satisfaction research]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidprymnytstva* [Problems and prospects of entrepreneurship development], no. 2 (1), pp. 94–101.

9. 325 hotels. Hotels. July/August. 2018. pp. 19–32. URL : <http://www.hotelsmag.com>.

10. 325 hotels. Hotels. July/August. 2017. pp. 21–36. URL : <http://www.hotelsmag.com>.

Цель. Целью статьи является осуществление рейтинговой оценки деятельности основных субъектов международного туристического бизнеса — транснациональных компаний сектора размещения туристов.

Методы. Для достижения поставленных задач и целей в работе использовались следующие методы исследования: системный и комплексный анализ, расчетно-аналитические и сравнительные методы, метод рейтингового анализа (для определения

позицій транснаціональних компаній сектора розміщення туристів серед конкурентів), процесний підхід (для архітектурного представлення стадій розвитку міжнародних готельних компаній в умовах глобалізації), графічні та табличні методи (для наглядного зображення статистичного матеріала, візуалізації теоретических і практичних положень).

Результати. Осуществлений рейтинговий аналіз діяльності основних суб'єктів міжнародного туристического бізнесу — транснаціональних компаній сектора розміщення туристів — дозволив виділити наступні тенденції: 1) переважання в Топ-10 рейтинга (2016–2017 рр.) міжнародних готельних операторів компаній з країною базирования — США; 2) високу частку (40 % в 2017 рр.) в рейтингах Топ-10 міжнародних готельних компаній по управлінню на основі контракта на управління і на основі франчайзинга однакових компаній з різницею в займаємих позиціях; 3) переважання в Топ-10 рейтинга міжнародних готельних консорціумів в 2017 консорціумів з європейського ринку, але, на відміну від рейтинга міжнародних готельних компаній і міжнародних готельних мереж, відсутність консорціумів азиатського ринку; 4) наявність стадійності розвитку міжнародних готельних мереж і компаній, яка тісно пов'язана з їх виходом на нові ринки країн світу і розширенням свого «портфеля країн».

Ключеві слова: міжнародна готельна мережа, міжнародний готельний оператор, готельний консорціум, міжнародний туристический бізнес, ринок туристических послуг.

Objective. The objective of the article is to carry out a rating assessment of the activities of international tourist business main subjects — multinational companies in the tourist accommodation sector.

Methods. To achieve the objectives and goals, the following research methods are used in the work: systematic and comprehensive analysis, analytical and comparative methods, the rating method of analysis (to determine the position of the tourist accommodation sector multinational companies among competitors), process approach (for architectural representation of international hotel companies development stages in the conditions of globalization), graphic and tabular methods (for visual representation of statistical material, visualization of theoretical and practical positions).

Results. The carried out rating analysis of the activities of international tourist business main subjects — multinational companies in the tourist accommodation sector, made it possible to single out the following trends: 1) predominance in the Top 10 rankings (2016–2017) of international hotel companies operators based in the United States; 2) a high proportion (40 % in 2017) of the same companies with a difference in their positions in the ranking of the top 10 international hotel managed companies and the top 10 franchise companies; 3) prevailing consortia from the European market in the top 10 ranking of international hotel consortia in 2017, and unlike the ranking of international hotel companies and international hotel chains lack of consortia of the Asian market; 4) the presence of the international hotel chains and companies development stages that are closely related to their access to new countries' markets and the expansion of their «country's portfolio».

Key words: international hotel chains, international hotel operator, hotel consortium, international travel business, travel services market.

Надійшла до редакції 04.10.2018