

УДК 338.486

Журавльова С.М.

канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ГОТЕЛЬНИЙ РИНОК В УМОВАХ КРИЗИ І ПАНДЕМІЇ

Якщо проаналізувати статистичні дані про розвиток готельного бізнесу в світі, то слід зазначити, що Міжнародна консалтингова компанія Trend Hospitality, що спеціалізується на сфері гостинності, по завершенню кризи 2008 – 2009 рр. проводила дослідження діяльності готелів в Європі з урахуванням кризової складової. Кризовий рік в готельному бізнесі стався з максимальним зниженням значення всіх показників діяльності готелів. Так, коефіцієнт завантаження в готелях класу категорії чотири-п'ять зірок у всьому світі впав з 71 до 57 %. Середньодобова вартість проживання в цьому сегменті скоротилася на 16 %, до 245,13 дол., В готелях категорії три зірки – на 13 %, до 87,12 дол. на добу.

При цьому в різних країнах криза зробила різний за масштабами вплив. Так, в столиці Данії Копенгагені вплив світової фінансово-економічної кризи призвело до скорочення числа туристів і бізнесменів. В результаті цього оборот готельної індустрії Копенгагена знизився на 20 % в І кварталі 2010 року порівняно з аналогічним періодом 2009 року. Однак, крім кризи,

причиною такої низької завантаження готелів є також та обставина, що в країні в цілому і в її столиці, зокрема, за останні роки був просто «бум» будівництва. Планувалося, що до 2011 року в місті буде введено в експлуатацію 3,1 тис. нових готельних номерів, що в результаті сформувало надлишковий обсяг пропозиції. В результаті впливу цих двох основних факторів, за експертними оцінками, кожен третій готель Копенгагена знаходився під загрозою закриття. Більш ніж 50 % з 422 готелів міста повідомили про збитки за підсумками останнього фінансового року.

Коронавірус оживив привид світової економічної кризи. Пандемія COVID-19 вплинула на туристичний і готельний ринки всюди, оскільки як внутрішні, так і міжнародні поїздки обмежені. На ринку готельної нерухомості очікується різке падіння попиту на номери будь-якої цінової категорії. Перед початком спалаху пандемії COVID-19, CBRE прогнозували зниження рівня RevPAR (коефіцієнт середньої прибутковості одного номера) на 0,1 % в американських готелях.

Згідно з переглянутими прогнозами, падіння RevPAR оцінюється в 37% в 2020 році. Найбільший спад очікується в другому кварталі, коли середня прибутковість одного номера може знизитися на 60%. Готельна індустрія звикла до сезонних коливань доходів і попиту, а попередня епідемія атипової пневмонії допомогла підготувати галузь до адаптації в таких умовах.

Будь-яка криза має значимий вплив на готельну індустрію. Менеджери готельних підприємств повинні проводити адаптацію своїх стратегій з метою досягнення максимально можливої ефективності, а також для переконання стурбованих і скептично налаштованих споживачів в покупці готельних послуг.

Одним з найважливіших факторів споживчої аттрактивності і конкурентоспроможності підприємств готельного господарства, особливо в кризовий період, виступає якість готельних послуг, що визначає рівень споживчої привабливості компонентів обслуговування на основі їх відповідності очікуваним стандартам.

Під час кризи надзвичайно важливим стає правильне визначення і облік різноманітних ціннісних чинників, які зачіпають готелі, а також їх клієнтів і контрагентів. При правильному підході до реалізації антикризової адаптаційної стратегії готельні підприємства отримують можливість проведення інноваційних перетворень і подолання кризи ділової ідентичності.

Таким чином, в цілому можна говорити про те, що принципово зміниться стратегія розвитку готельного бізнесу як в нашій країні, так і за кордоном. Якщо раніше відбувалося активний розвиток і розширення бізнесу, то в умовах кризи стратегія більшості компаній, особливо

мережєвих, пов'язана з тим, щоб зберегти завойовані позиції і максимально захистити бізнес від негативних зовнішніх впливів.

Криза будь-якої природи дає можливість поновлення. Навіть самий песимістичний сценарій передбачає відновлення економічної активності в кінці 2020 року – початку 2021 року. Втім, як показує історія, відновлення – буде, це питання часу.