

працівників, які контактують з клієнтами; направляти в позитивне психологічне русло обстановку обслуговування в цілому; створювати умови для прояву позитивних психологічних властивостей споживачів. Необхідно здійснювати ретельний підбір працівників, які трудяться в межах контактної зони, стикаючись зі споживачами. Психологічні особливості працівника повинні відповідати операціям і характеру його праці. Принаймні, слід уникати різкої невідповідності між психологією працівника і характером праці (наприклад, не доручати роботу, пов'язану зі швидкою реакцією, працівникові з уповільненим типом психіки).

Як бачимо, психологічний аспект сервісної діяльності, як ні в якій іншій сфері діяльності відіграє дуже важливу роль, від дій персоналу, який безпосередньо контактує з клієнтом (замовником послуг) залежить добробут сервісного підприємства і, відповідно, його працівників. У сервісній діяльності, на відміну від, скажімо, будь-якого промислового підприємства, практично весь персонал є контактним, так чи інакше вступає в контактні відносини з клієнтами та замовниками – це стосується і управлінського, і виробничого персоналу.

Філософія обслуговування розкриває соціальне призначення сервісної діяльності в суспільстві та житті людей, обґрунтовує той внесок, який може бути зроблений в цьому напрямку персоналом фірми. Головне в тому, що цим настроєм заражаються клієнти, беручи його з собою. Подібний оптимістичний настрій здатний привести їх до цього закладу ще раз.

Бібліографічний список:

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учеб. пособ. для студентов вузов. 2-е изд., испр. и доп. М. : Аспект Пресс, 2006. 320 с.
2. Морозова Н.С. Реклама в социокультурном сервисе и туризме: учеб. для студ. высш. учеб. заведений. 4-е изд., стер. М.: Издател. Центр «Академия», 2008. 288 с.
3. Безрученков Ю.В. Формування професійної культури майбутніх фахівців сфери ресторанного господарства у вищому навчальному закладі : автореф. дис. канд. пед. наук: [спец.] 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти». Луганськ. ун-т імені Тараса Шевченка. Луганськ, 2014. 20 с.

Шикіна О.В.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ГОТЕЛЬНОГО СЕКТОРУ КРАЇН ЄВРОПИ

Серед окремих країн європейськими лідерами готельної індустрії за кількістю місць у готелях у 2017 р. були: Італія, Німеччина, Іспанія, Великобританія, Франція, Туреччина, Греція, Австрія, Польща, Португалія (див. табл. 1).

Так, у безперечного лідера – Італії кількість місць у готелях склала більше ніж 1000 000, у той час як у країни з найменшою кількістю місць у

готелях – Ліхтенштейн було тільки 707. З Топ-10 країн Європи за кількістю місць у готелях 5 країн відносяться до регіону Південна Європа, 3 – до Західної Європи та по 1 країні до Північної та Східної Європи [1, с. 180].

Таблиця 1

Розподіл готельного сектору по країнам Європи у 2017 році [2, с.26]

№ з/п	Країна	Кількість місць у готелях		Рівень завантаження готелів		Рівень завантаження ліжко-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	Великобританія	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	

Лідерами європейської готельної індустрії за рівнем завантаження готелів є такі країни, як Мальта, Кіпр, Нідерланди, Ірландія, Великобританія, Іспанія, Німеччина, Данія, Франція та Хорватія. Найбільший рівень завантаження готелів спостерігався у Мальти – 76,7%, а найменший з тих країн, що надали дані був у Словаччини – 39,94%. Чотири

країни з шести, що відносяться до регіону Східна Європа демонстрували низький рівень завантаження (менший за 50,0%).

До Топ-10, ще одного показника завантаження – рівня завантаження ліжко-місць у готелях увійшли: Кіпр, Мальта, Іспанія, Хорватія, Ісландія, Ірландія, Греція, Великобританія, Португалія та Нідерланди. Шість країн з дванадцяти, що відносяться до регіону Південна Європа демонстрували високий рівень завантаження ліжко-місць (більший ніж 51,0%). П'ятнадцять країн Європейського Союзу мають рівень завантаження ліжко-місць більший за середній по ЄС (46,21%).

Загальна сума місць у готелях країн Європейського Союзу (28 країн) складала у 2017 році 6 595 678 місць, а середній рівень завантаження ліжко-місць був 46,21% [2, с. 25].

За даними, наведеними у таблиці 2, можемо зробити висновки, що з найвідвідуваних міст Лондон посідає перше місце за рівнем завантаження готелів та демонструє показник 81,7%, для прикладу наведемо за офіційними даними рівень завантаження готелів України у 2018 році – 31%.

Таблиця 2

Показники готельної індустрії у містах-лідерах
за відвідуванням туристами у Європі у 2017 р. [3, с.231]

№	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

На рівень завантаження впливаю показник ADR, тобто чим він більший, тим менший буде рівень завантаження. Але Лондон має 4 місце за показником ADR, що складає 169,2 євро. Це свідчить про нееластичний попит на послугу проживання у готелях Лондона [3, с. 232].

Бібліографічний список:

1. Шикіна О. Моніторинг структури готельних брендів Європи. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2019. № 3(266). С.178-201.
2. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Козловський Р.С. Динаміка показників міжнародного туризму. Інфраструктура ринку. 2019. № 27. С. 24-28.
3. Шикіна О., Гончаренко Я., Козловський Р. Тенденції розвитку Європейського ринку готельних послуг. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2019. № 5 (268). С.216-233.