

Хрижановська В. Е.
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна
*Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*
Михайлюк О. Л.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Європейська готельна індустрія включає підприємства, які надають короткострокове житло для ділових мандрівників і туристів.

Інвестори роблять ставку на основне зростання попиту за рахунок «відпочинку» та екскурсійних подорожей, а також на сильні фундаментальні показники, що забезпечуються довшим перебуванням і нижчим рівнем необхідного обслуговування.

Очікується, що європейська готельна індустрія зросте зі 110,9 мільярдів доларів у 2023 році до 118,2 мільярдів доларів у 2027 році, зареєструвавши CAGR на 1,6% за цей період.

Європейська комісія з подорожей (лютий 2023 р.) підрахувала, що у 2022 р. обсяг подорожей у Європі досяг ~75% від рівня до пандемії. Очікується, що внутрішні та міжнародні подорожі повністю відновляться до 2024 та 2025 рр. відповідно.

Головні ключові гравці ринку:

Extended Stay America, Jin Jiang International, Choice Hotels, InterContinental Hotel Group, La Quinta Inns and Suites, BTG Homeinn Hotel Group, Home Inns, Marriott International, OYO, Whitebread, Best Western, Hyatt Hotels, Archipelago, Carlson Rezidor Hotel Group, Premier Inn, Preferred Hotels and Resorts, Four Seasons Hotels and Resorts, Ascott, Wyndham Hotel Group, Huazhu Hotels Group, Accor Group, Vantage Hospitality, Motel 6, Travelodge Hotels, Radisson Hotel, Aman Resorts, Days Inns, The Blackstone Group, Hilton Worldwide, Banyan Tree [1].

Мережі готелів у Європі ще не досягли такого ж масштабу, як у США, хоча їхня частка номерів у Європі зростає. З 1999 року Франція та Велика Британія були першими європейськими країнами, де спостерігалася ланцюгова система готельної індустрії. Рівень проникнення мережевих готелів зріс з менш ніж 40% доступних номерів до майже 60% лише за два десятиліття. Навіть в Італії за цей період спостерігалася значне зростання кількості готельних мереж, але незалежні готелі все ще відповідають за понад 75% номерів на італійському готельному ринку.

Європейські внутрішні рейси менш популярні, ніж до пандемії. Наприклад, у Німеччині у 2022 році кількість внутрішніх рейсів скоротилася на 38% – це одне з найрізкіших падіннь у регіоні. Інші країни, де зафіксовано значне падіння, це Литва (-38%), Фінляндія (-35%) та Австрія (-32%).

Три основні фактори, що сприяли цьому масовому падінню:

1. Політика, що заохочує поїздки поїздом - квиток 9 і 49 євро у Німеччині.
2. Національні ініціативи щодо заборони короткомагістральних рейсів для зменшення викидів вуглекислого газу, причому Франція є однією з країн, що очолюють ці зусилля.
3. Мандрівники стають більш обізнаними та готовими обирати екологічні варіанти під час подорожі.

Останнє дослідження ETC показує, що 30% європейців планують подорожувати в період з квітня по травень, що на 6% більше, ніж у 2022 році. 4 з 10 будують плани на червень і липень. Серпень і вересень, пікові місяці, зафіксували зниження попиту на 9%.

Європейці стурбовані зростанням вартості подорожей (23%) і наявним бюджетом (17%) при плануванні подорожі. Екстремальна погода також стала приводом для занепокоєння - 7% європейців врахували цей фактор для своїх поїздок.

У першому кварталі 2023 року люксовий клас зареєстрував найвищий ADR: 143 євро, за ним йдуть вищий клас (121 євро) та економ (119 євро).

Греція має все, щоб стати найкращим роком для туризму. Дані попереднього бронювання літнього сезону показують, що 2023 рік був кращим, ніж 2022 рік. Кількість прибуттів і заповнюваність на 20% вища порівняно з 2022 роком.

Іспанія вже перевищила кількість прибуттів в аеропорти до пандемії. У першому кварталі 2023 року Іспанію відвідало 53.6 млн. пасажирів, що на 1.6% більше, ніж у 2019 році.

У березні 2023 року кількість прибуттів у Туреччині зросла на 12.3% порівняно з аналогічним періодом минулого року [2].

Отже, поява «відпочинкових» і «робочих» подорожей збільшить попит на тимчасове житло. Оператори готелів можуть отримати вигоду з цього, розширивши пропозицію довгострокового проживання та збагативши традиційні пропозиції для робочих поїздок розважальними можливостями та партнерством.

Дефіцит персоналу продовжить тиск на маржу. Оскільки європейські власники готелів намагаються залучити й утримати працівників, багато хто вдається до аутсорсингових партнерів, що призводить до вищих довгострокових операційних витрат.

Прагнучи скоротити витрати та покращити свій екологічний слід, більшість європейських компаній прагнуть скоротити подорожі на одного працівника на >10%, що означає зменшення витрат на ~10-20% у реальному вираженні [3].

Список використаних джерел

1. Europe Chain Express Hotel Market 2023 Top Industry Trend and Segments Analysis upto 2030. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/europe-chain-express-hotel-market-2023-top-industry-shr5f/>
2. EMEA Hospitality Statistics 2023: Key Insights and Trends. URL: <https://www.truystudy.com/blog/research/emea-hospitality-statistics-2023>.
3. Hotels industry. URL: <https://www.gain.pro/industry-research/hotels>.