

DOI : 10.33274/2079-4762-2023-54-2-27-36

JEL : L83

УДК 339.13:(338.488.2:640.4(477)(045)

Романуха О. М.,
канд. іст. наук,
доцент

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

Шаповалова І. В.,
асистент
Шуляк Н. В.,
магістрант

e-mail: shapovalova @donnuet.edu.ua

e-mail: shuliak@donnuet.edu.ua

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ В НЬОМУ

UDC (339.13:640.4)((477)+061.1ЄС)(045)

Romanykha O. M.,
PhD in History Sciences,
Associate Professor

Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National
University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: romanukha@donnuet.edu.ua

Shapovalova I. V.,
Assistant
Shuliak N. V.,
Master

e-mail: shapovalova @donnuet.edu.ua

e-mail: shuliak@donnuet.edu.ua

DEVELOPMENT TRENDS OF THE GLOBAL HOTEL MARKET AND THE PLACE OF UKRAINE IN IT

Мета. Мета статті полягає у визначенні тенденцій розвитку ринку готельних послуг світу та України.

Методи. При написання роботи було використано методи: аналогії, аналізу, синтезу, дедукції, логічного узагальнення; статистичний метод (для систематизації статистичних матеріалів, щодо кількості готелів, їх розміру, кількості ліжко-місць, визначення кількості ночівель та середньої завантаженості номеру, проведення оцінки впливу туристичного потоку на динаміку розвитку готельної галузі); багатовимірного факторного аналізу (для виявлення зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на тенденції розвитку готельного ринку України та світу).

Результати. Проведено порівняльний аналіз динаміки розвитку регіональних готельних ринків у світі та визначено долю українського ринку в світовому. Проаналізовано показники: загальна кількість готелів та номерів; рівень поширення готельних мереж; частки охоплення світового готельного ринку готельними мережами; вартість готельних брендів; динаміка інвестування в готельний ринок за континентами.

В результаті аналізу було констатовано, що основними гравцями на ринку готельних послуг світу виступають США, ЄС, Китай. Дані країни формували довкола себе центри, що поширювали свій вплив на інші регіони. Основним інструментом конкурентного протистояння виступали готельні мережі. Їх частка в загальній долі світового готельного ринку збільшувалася. Вони охоплювали понад 50% ринку, а в окремих країнах досягала 90%. Готельні мережі США охоплювали 40% світового ринку готельних послуг, були представлені на усіх континентах світу та активно конкурували з китайськими. При цьому вплив пандемії COVID-19

не призвів до скорочення кількості готелів серед мереж. Фіксуючи зменшення загальної кількості закладів розміщення у світі (самостійних та мережевих), кількість мережевих готелів протягом досліджуваного періоду зросла з 119 тис до 157 тис., а кількість номерів з 12 млн. одиниць до 13 млн. відповідно. Вплив пандемії на загальну динаміку розвитку світового готельного ринку показав зменшення кількості готелів та номерів на Американському континенті, Азії та Океанії. Частка ж країн ЄС навпаки зросла. Фіксується і зростання частки України на європейському ринку. Проте дані збільшення відбулися не за рахунок зростання кількості готелів, а менших темпів їх скорочення через пандемію COVID-19.

Констатовано, що динаміка інвестиційної активності поступово досягає допандемійних обсягів фінансування. Лідуюче положення продовжують зберігати за собою США з рівнем 60% світового обсягу інвестицій у галузь. Країни Європи, Азії та Океанії тримають даний показник на рівні 30%. Доведено, що в умовах конкурентної боротьби США, Китаю, ЄС, українські готельні мережі могли розширюватися лише у бік пострадянського простору (країн Середньої Азії та Кавказу) – як вільної території.

Ключові слова: готель; Україна; світовий ринок; гостинність; обслуговування; готельні мережі; туризм.

Постановка проблеми. Ринок готельних послуг динамічний та інноваційний напрямок бізнесу, що активно інтегрує у себе досягнення інших сфер діяльності людини. Поставши як послуга з розміщення людей, поступово він увібрав в себе індустрію харчування, розваг, спорту, здоров'я та інше. Сучасний готель – це високотехнологічний заклад, потрапивши до якого ви отримуєте різноманітний набір послуг високої якості. Саме ця особливість діяльності закладів розміщення перетворила готельний бізнес на один з самих прибуткових у світі. Сучасні готелі стають місцем відпочинку, проведення конференцій, ділових зустрічей, відзначення важливих подій. Зважаючи на це, конкуренція між суб'єктами готельного бізнесу доволі висока. На 2022 рік прибутковість галузі досягла майже 900 млрд. дол. США. У світі вже давно визначилися основні центри: Європа; Північна Америка; Китай – проте ринок піддаючись впливу різних факторів (пандемія COVID-19, військові конфлікти, стихійні лиха) постійно змінюється. Україна перебуває лише на початку становлення готельної індустрії. Її ринок піддається впливу загальносвітових тенденцій, що мають як позитивні, так і негативні наслідки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Даного питання торкалась значна

кількість дослідників. Роботи загального характеру у більшості випадків були оглядовими, а їх автори звертали увагу на загальну динаміку розвитку світового ринку готельних послуг. До них варто віднести дослідження О.Є.Гарбера [7], О.В. Басюк [6]. Більша кількість публікацій торкалася досліджуваного питання в регіональному вимірі. Так І. Посохов звертав увагу на тенденції розвитку готельного ринку країн Європейського Союзу [12]. Даний регіон був об'єктом вивчення і таких науковців, як: Н.Коцан [11], Щікіна [15] та ін. Дослідники звертали увагу на динаміку розвитку готелів та готельних мереж, аналізували фактори, що впливають на це, визначали тенденції. Питання розвитку ринку готельних послуг Америки вивчали: О.Графська [8], Г. Кушнірук, Ю. Дорош [14]. Аналіз динаміки розвитку готельного господарства Африки та Азії у своїх роботах розкривали: Н.В. Комар, А.В. Уніят [10], Д.І. Басюк [6] та ін. Проте їх дослідження у більшості випадків, торкалися лише загальної динаміки розвитку кількості готелів, номерів та ліжок-місць, використовували статистичні дані 2015-2018 років. Автори уникали порівнянь з тенденціями розвитку українського готельного ринку

Мета статті полягає у вивченні тенденцій розвитку ринку готельних послуг світу та України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світовий ринок готельних послуг зазнав відчутних змін у наслідок пандемії COVID-19. Використовуючи дані UNWTO Dashboard Global and regional tourism performance, можемо вести мову про скорочення у світі закладів розміщення протягом 2017-2021 роках. Якщо на 2017 рік їх нараховувалося 702 тис. одиниць то 2021 року вже 534 тис. Регіонально кількість закладів розміщення в Африці скоротилося з 74 тис. до 60 тис. Америці – 161 тис до 107 тис., Європі – з 188 тис. до 168 тис., Азії та Океанії - з 266 тис. до 188 тис. Близький схід – з 12 тис. до 9 тис. Найбільша частка закладів розміщення при цьому припадала на Азію та Океанію. На 2017 рік вона становила 37% від світового загалу. На 2021 рік вона скоротилася до 35%. Частка Американського континенту становила на 2017 рік 23%, а 2021 року – 20%. Скорочення на двох континентах були пов'язані з пандемією COVID-19. Європейський континент також важко переніс дану епідемію проте їм вдалося збільшити свою частку на світовому ринку шляхом менших темпів скорочення закладів розміщення. Якщо на 2017 рік вона мали 26% світового загалу то на 2021 рік вже 31%. Частка України на світовому ринку становила у середньому, протягом досліджуваного періоду – 0,4%. На європейському континенті вона коливалася від 1,3% - 2017 року до 1,5% - 2020 року. Це свідчить про поступовий розвиток готельного бізнесу в Україні та закріпленню її позицій на європейському ринку.

Аналогічні тенденції прослідковувалися і в динаміці номерного фонду. Кількість номерів за період 2017-2021 років скоротилася з 24 млн. до 22 млн. Так Африка і Близький Схід втратили близько 1% світової частки кожен. Азія та Океанія позбулися 3%. Якщо 2017 року їх частка дорівнювала 32% то до 2021 року вже – 29%. Поряд з цим збільшення відбулися в Європі з 27% - 2017

року до 29% - 2021 року, Америці з 31% - 2017 року до 35% - 2021 року. Дані трансформації позитивно позначилися на динаміці розвитку українського готельного ринку. Її частка номерів у світі зросла з 0,3% до 0,4%, а в межах Європейського континенту з 1% до 1,2%.

При цьому варто звернути увагу на рівень заповнюваності закладів. За континентами найвищі показники заповнюваності у 2017 році мали Азія та Океанія – понад 90% У той же час Європа та Америка демонстрували найвищі показники заповнюваності на рівні понад – 70%. На 2021 рік ситуація змінилася. Рівень заповнюваності відчутно скоротився. Лідерами стали Америка, Азія та Океанія з максимальним показником заповнюваності – 63%. Європа скоротила його до рівня – 49%. Дещо зросла активність на Близькому Сході. Рівень заповнюваності в Україні тримався протягом досліджуваного періоду на рівні 35% [2].

Ситуацію на готельному ринку світу визначали і готельні мережі. За даними UNWTO близько 20% усіх готелів світу відносяться до готельних мереж [14]. При цьому охоплення номерного фонду готельними мережами в світовому масштабі становить близько 50% [8]. Дані тенденції посилюються, а в окремих регіонах вони є завершеними. Так в США понад 90% усіх готелів відносяться до певних готельних мереж. В Європі даний показник становить 40% і продовжує збільшуватися.

За даними дослідження Кушнірук Г., Дорош Ю. в Європі триває поступове скорочення самостійних готелів місткістю 25 номерів при одночасному зростанні частки в даному сегменті готельних мереж. Якщо 2015 року кількість самостійних готелів становила 51 095 одиниць то 2021 року вона скоротилася до 49 503. Глобалізація світової економіки запроваджує нові правила та принципи ведення бізнесу, працювати по яким самостійним готелям стає просто неможливо (рис.1).

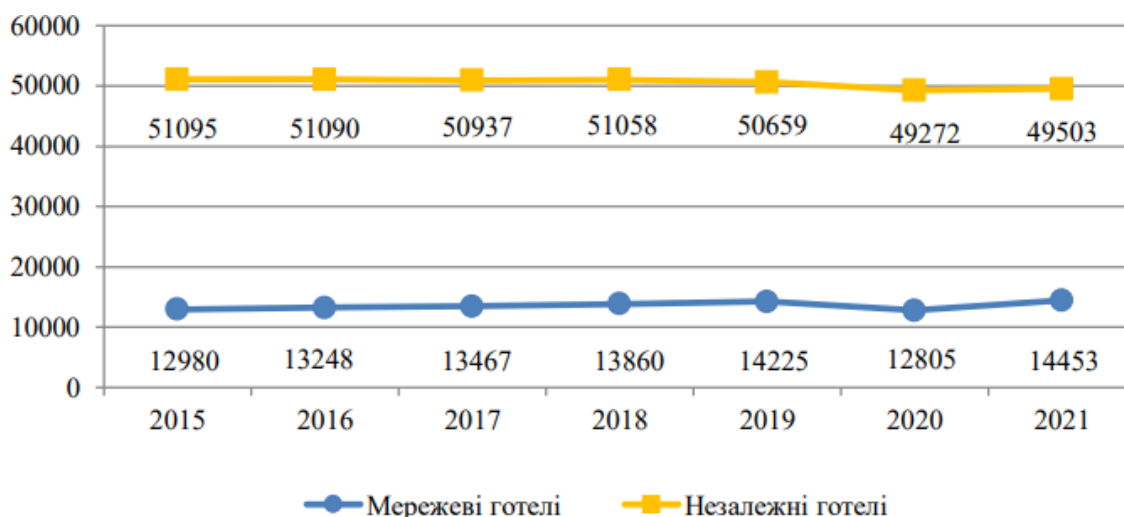


Рис. 1. Динаміка розвитку мережевих готелів та незалежних готелів у Європі в категорії 25 номерів та більше (побудовано авторами на основі [14])

На сьогоднішній день в готельній сфері затвердилися три типи готельних мереж: міжнародні; національні; локальні. Безперечне лідерство закріпилося за міжнародними готельними мережами. Лідерами ринку є: США; Європейський Союз; Китай; Індія. Перше місце належить мережам Америки та Європи. Однак, китайські компанії швидко наздоганяють їх. Відповідно до звіту Hotel Analyst, The European Hotel Industry Report 2022, ТОП-10 найкращих готельних мереж у Європі перше місце посів Accor, «Jin Jiang (китайський власник Louvre і Radisson) займає друге місце, третє належить Marriott. Можемо констатувати зростання активності Китайських мережевих компаній спрямованих на посилення не лише своєї присутності в азійському регіоні, але й затвердження домінуючих позицій в Європі – як найбільшого центру світового туризму та готельного бізнесу. «Прогнозується, що до 2031 р. світовий ринок готельних мереж зростатиме із середньорічним темпом 4,7%» [14].

Незважаючи на різноманітні дані щодо почесного другого місця європейського континенту на ринку готельних мереж у світі, дані рейтингу ТОП 300 міжнародних готельних мереж за 2021 рік показують іншу тенденцію. Розподіливши країни за класифікацією UNWTO по континентам та просумувавши дані щодо кількості готелів та номерів

у них ми отримали дані наведені у таблиці 1. Згідно них протягом 2018 – 2020 років світовий мережевий готельний ринок розвивався з позитивною динамікою. Загальна кількість готелів зросла з 119 тис до 157 тис. Кількість номерів з 12 млн. одиниць до 13 млн. відповідно. Дані по регіонах також у більшості випадків мали позитивну динаміку росту. Зменшення кількості готелів та номерів було відзначено лише на африканському континенті.

Перше місце належало американському континенту та США, що фактично мали частку 40% поширення готельних мереж у світі. Друге місце посіла Азія та Океанія. В загальносвітовому показнику вона мала 37%. Лідером регіонального ринку виступав Китай з 3 млн. номерів, що становило близько 25% світового загалу. Європа мала лише третє місце. Виходячи з цього можемо зробити висновки про поступове посилення позицій Китаю та Азії в світовому готельному ринку. Доля України при цьому була незначною. По відношенню до європейського континенту її частка становила за кількістю готелів та номерів – 0,1%. По відношенню до світових показників дане значення було – 0,01%. Причина цього – український ринок лише вступав в еру готельних мереж, власні готельні компанії не мали такого фінансового ресурсу для зовнішньої

експансіоністської політики, давались в знаки військово-політичні проблеми в середині країни.

Таблиця 1

**Кількість та частка закладів розміщення готельних мереж
(складено авторами на основі даних [1])**

	2020	2018	2020	2018
	К-ть номерів		К-ть готелів	
Америка	5393059,0	5074824,0	55512,0	53489,0
%	40,7	41,6	35,1	44,8
Азія та Океанія	4997347,0	4375099,0	83756,0	48376,0
%	37,7	35,9	53,0	40,5
Європа	2824351,0	2647021,0	18134,0	17050,0
%	21,3	21,7	11,5	14,3
Африка	10964,0	34316,0	209,0	211,0
%	0,1	0,3	0,1	0,2
Близький Схід	13598,0	57427,0	367,0	265,0
%	0,1	0,5	0,2	0,2
Всього	13239319,0	12188687,0	157978,0	119391,0
Україна	3591,00		20,00	
% до Європи	0,13	0,00	0,11	0,00
% до світу	0,03	0,00	0,01	0,00

Дані тенденції підтверджують і аналізи щодо поширення готельних брендів на ринку за країнами походження. За даними рисунку 2 левова частка брендів на світовому ринку готельних послуг належить компаніям з США. На другому місці знаходяться

Китайські компанії. Країни Європейського Союзу, по окремої йшли після. Однак просумувавши їх в єдине об'єднання ЄС можемо вести мову про їх домінування та чинне друге місце. Частка інших держав: Індії; Австралії; Куби та ін. низька.

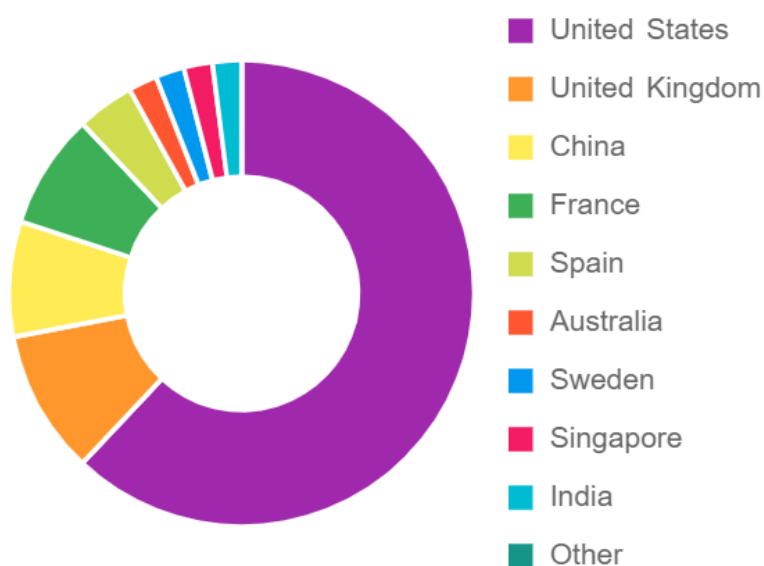


Рис. 2. Кількість брендів за країнами світу на 2022 рік [3]

Підтверджують це і дані вартості бренду на ринку готельних послуг. Сумарна вартість усіх американських брендів за оцінкою Brand Finance Plc у 2022 році дорівнювала 48 млрд. дол. США, що робить їх лідерами ринку (Рис. 3). На другому місці перебували готельні мережі Великобританії – 3,6 млрд. дол. США. Третє місце посіли компанії з Китаю – 2,1 млрд. дол. США. Дані дослідження ще раз доводять лідируючі позиції на ринку готельних послуг міжнародних готельних мереж з США. Також слід звернути увагу на активні темпи розвитку

китайських готельних мереж, що активно розвиваються та ширяться світом.

Українські готельні мережі на жаль не потрапили до лідерів хоча б регіональних готельних ринків, а готельний простір України ставав у більшості випадків ареною експансії світових готельних мереж. На території України поширення отримали Американські та Європейські готельні мережі. Місцеві національні мережі хоч і намагалися проводити експансіоніську політику, через недостатність ресурсів обмежувалися внутрішнім ринком чи близьким закордонням.

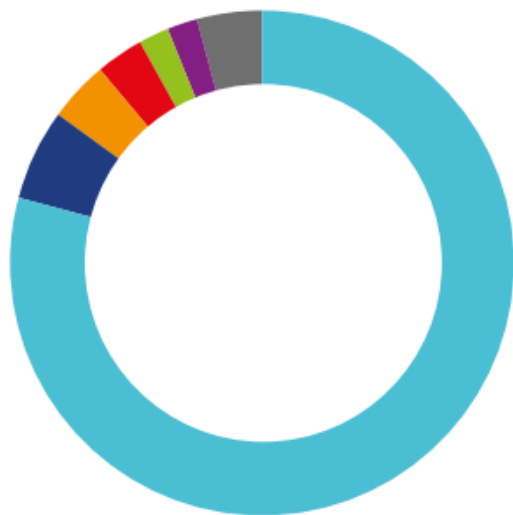


Рис.3. Вартість бренду за країнами 2022 рік (млрд. дол. США) [5]

Фінансові можливості готельних мереж були одним з основних факторів динаміки розвитку ринку та просування готельних мереж у світі. Як видно з рисунку 4 – кількість інвестицій до 2019 року зростала. Епідемія COVID-19 мала негативні наслідки. В результаті обсяг вкладень впав з 73 млрд. дол. США у 2019 році до 28 млрд. дол. США у 2020 році. Вибудовуючи нові правила діяльності та стратегії роботи інвесторам вдалося збільшити обсяг інвестицій 2021 року до 68 млрд. дол. США. Найбільший рівень вкладень прослідковується в Америці (60% світового готельного господарства та обсяг транзакцій 38,6 млрд. дол. США. Цей рівень активності відзначений не тільки збільшення обсягу на 269% порівняно з 2020 роком, але

також на 32% зростання відносно активності 2019 року) та Країнах ЕМЕА (Європа, Близький Схід, Африка - припадає майже 30% світових готельних операцій, а обсяг продажів готелів склав 19,7 мільярда доларів США. Рівень гучності означає збільшення на 60%. у 2020 р. Обсяг транзакційної активності у 2021 р залишався майже на 35% нижче рівня транзакцій 2019 року. Регіон робив ставку на оновлення діяльності основних економічних центрів, такі як Великобританія, Німеччина, Італія та Іспанія). На відміну від азійських конкурентів Європа першою почала інвестувати в готельний ринок перебудовуючи його до нових вимог. Значної популярності набув міський та курортний ринок. Причина цього – висока ліквідність даних об'єктів. Обсяг

транзакцій в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні склав \$8,5 мільярдів, що становить 13% від загального світового готельного обсягу.

Цей рівень активності показав зростання на 39% у 2020 році, хоча продажі були на 40% нижче рівня до пандемії COVID-19.

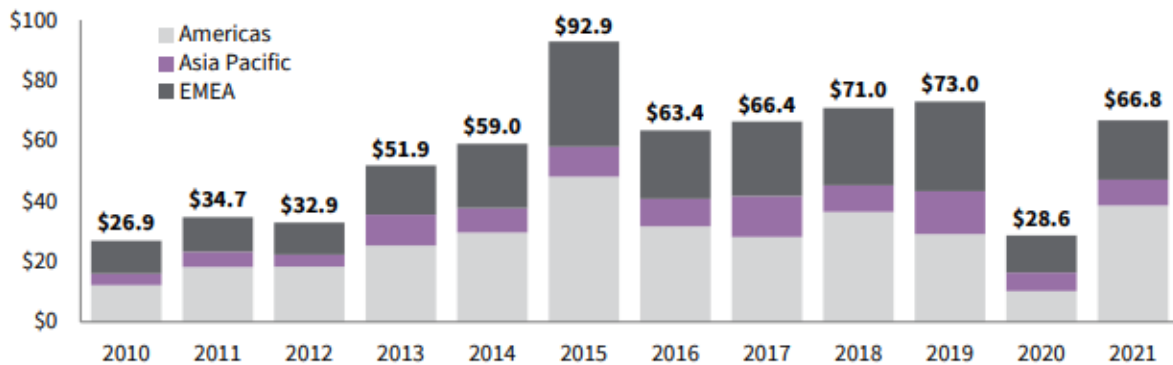


Рис. 4. Глобальний обсяг готельних інвестицій 2010 – 2021 роках (у мільярдах доларів США) [4]

Тенденції розвитку готельних мереж в Україні, порівняно з світовими, були значно меншими. Зауважимо, що загальна кількість представлених в Україні міжнародних готельних брендів становить 16. Серед національних брендів варто виокремити: Reikartz Hotel Group, Premier Hotels and Resorts, Ribas Hotels Group. Лідером даного напрямку роботи був - Reikartz Hotel Group. На даний час мережа розширилась до таких країн як: Грузія – 1 готель; Казахстан – 4 готелі; Узбекистан – 9 готелів; Швеція – 1 готель. Одночасно з цим національна мережа Premier Hotels and Resorts має готель Premier Hotel Miskolc в Угорщині, Ribas Hotels Group 1 заклад у Польщі. Як видно, географія розширення українських національних мереж орієнтована у більшості випадків на країни пост-радянського простору. Причини цього незаповненість місцевих ринків. Європейський ринок у більшості випадків для українських національних мереж є більше статусним ніж цікавим з економічної точки зору. Європа – лідер готельного бізнесу в світі з високим рівнем поширення міжнародних готельних мереж. Зважаючи на це відкриття там українських готелів обумовлено статусними причинами. Локальні готельні мережі в Україні представлені слабо. Так українські локальні готельні мережі: Royal Hotels & Spa Resorts; Black Sea Hotels Group; «Джем» - працюють в курортних регіонах є невеликими та не становлять

великої конкуренції для міжнародних та національних готельних мереж.

Висновки. Отже, протягом досліджуваного періоду у світі відбувалось скорочення кількості закладів розміщення. Це призвело до зміни ринку, посиливши на ньому європейські компанії. Так частка на світовому ринку готельних послуг країн Азії та Океанії впала на 2%, Америки – 3%, доля Європи зросла на 5%. Європейські тенденції розвитку були притаманні готельному ринку України. Якщо в межах світового ринку Україна обіймала частку у – 0,4%. То на європейському континенті вона зросла з 1,3% - 2017 року до 1,5% - 2020 року. Це свідчить про поступовий розвиток готельного бізнесу в Україні та закріпленню її позицій, в першу чергу, на європейському ринку. Аналіз номерного фонду свідчить про зменшення частки на світовому ринку Азії та Океанії (3%), Африці, Близькому Сході (1%). Одночасно посилили свої позиції Америка (+4%) та Європа (+2%). Дані показники демонструють різницю стратегій розвитку готельного ринку, що свідчать про розвиток американськими компаніями готелів великої місткості, а європейськими – середньої. Рівень заповнюваності в наслідок пандемії COVID-19 впав та змістив з першого місця регіон Азії та Океанії (2017-90%). На 2021 рік лідерами ринку були Америка, Азія та Океанія з максимальним показником заповнюваності – 63%. Європа скоротила його до рівня – 49%. Основними

гравцями міжконтинентального протистояння виступали готельні мережі. Рівень охоплення світового готельного ринку мережами постійно зростав та склав на 2021 рік понад 50%. Так в США понад 90% усіх готелів відносяться до певних готельних мереж. В Європі даний показник становить 40%. Відзначається активність Китайський мережевих компаній, спрямованих на посилення не лише своєї присутності в азійському регіоні, але й затвердження домінуючих позицій в Європі – як найбільшого центру світового туризму та готельного бізнесу. При цьому, якщо пандемія COVID-19 на світовому ринку призвела до скорочення загальної кількості готелів, то у мережах навпаки – збільшенню. Кількість готелів мереж протягом досліджуваного періоду зросла з 119 тис до 157 тис. Кількість номерів з 12 млн. одиниць до 13 млн. відповідно. Доля України при цьому була незначною. По відношенню до європейського континенту її частка становила за кількістю готелів та номерів – 0,1%. По відношенню до світових показників дане значення було – 0,01%. Причина цього – український ринок лише вступав в еру готельних мереж, готельні компанії не мали такого фінансового ресурсу для зовнішньої експансіоністської політики, військовий конфлікт на території України. Готельні мережі в Україні перебували на стадії розвитку. Частка готельних мереж в Україні 2022 року становила лише близько 2% українського ринку. При цьому Міжнародні та національні готельні мережі в Україні були представлені на користь національних. Міжнародні готельні мережі в основному посіли нішу преміум сегменту з місткістю 150 та більше номерів. В той час як національні мережі тримали у більшості випадків планку на рівні *** та місткості до 100 номерів.

Список літератури

1. 2021 Top 300 Global Hotel Groups and Top 50 Chinese Hotel Groups Ranking (2021). URL: <https://en.itravelblog.net/31262/#>
2. Global and regional tourism performance URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>.

3. Hotels 50 2022 charts URL: <https://brandirectory.com/rankings/hotels/2022/charts>.

4. Research Hotels & Hospitality Global Hotel Investment Outlook Lodging demand elevated to unexpected heights (2022). URL: <https://www.jll.de/content/dam/jll-com/documents/pdf/research/global/global-hotel-investment-outlook-2022.pdf>.

5. The annual report on the most valuable and strongest Hotel brands (2023). URL: <https://static.brandirectory.com/reports/brand-finance-hotels-50-2023-preview.pdf>.

6. Басюк О. В. Аналіз світового досліджу функціонування готельних ланцюгів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. №5. С. 23-26.

7. Гарбера О. Є. Сучасні тенденції розвитку світової готельної індустрії. *Економічний часопис ХХІ століття*. 2010. № 11-12. С.37-41.

8. Графська О. Аналіз періодів розвитку готельної індустрії США. 2022. URL: https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/33243/1/08-12-2022%20%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%86%D0%93%20%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%202022_removed.pdf.

9. Довгаль Г., Данько Н. Міжнародні готельні мережі: світовий досвід для України. 2019. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/96102051.pdf>.

10. Комар Н. В., Уніят А. В. Привабливість Азіатсько-Тихоокеанського регіону на світовому ринку туристичних послуг. *Ефективна економіка*. 2015. № 7. С. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4201>.

11. Коцан Н. Досвід організації готельного бізнесу в Німеччині. Науковий вісник *Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ III. Рекреаційна географія та географія туризму*. 2018. №3. С. 82-87.

12. Посохова І. Сучасний стан та структура Європейського ринку готельних послуг. 2019. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/96102063.pdf>.

13. Самойленко А. О. Готельні мережі у глобальній індустрії гостинності. *Інфраструктура ринку*. 2021. № 60. С. 21-24.

14. Сучасні тенденції та стратегії відновлення індустрії гостинності після COVID-19 та карантинних обмежень: монографія. 2023. URL: <http://elibrary.donpuet.edu.ua/2745/>

15. Шикіна О.В. Динаміка розвитку міжнародної готельної індустрії на прикладі готельних мереж. 2019. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/199587093.pdf>.

References

1. 2021 Top 300 Global Hotel Groups and Top 50 Chinese Hotel Groups Ranking (2021). Available at: <https://en.itravelblog.net/31262/#>.

2. Global and regional tourism performance Available at: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>.

3. Hotels 50 2022 charts Available at: <https://brandirectory.com/rankings/hotels/2022/charts>.

4. Research Hotels & Hospitality Global Hotel Investment Outlook Lodging demand elevated to unexpected heights (2022). Available at: <https://www.jll.de/content/dam/jll-com/documents/pdf/research/global/global-hotel-investment-outlook-2022.pdf>.

5. The annual report on the most valuable and strongest Hotel brands June 2023 Available at: <https://static.brandirectory.com/reports/brand-finance-hotels-50-2023-preview.pdf>.

6. Basiuk, O.V. (2018). *Analiz svitovoho doslidzhu funktsionuvannia hotelnykh lantsiuhiv* [Analysis of the global study of the operation of hotel chains]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky* [Global and national economic problems]. 5. PP. 23-26.

7. Harbera, O.E. (2010). *Suchasni tendentsii rozvytku svitovoi hotelnoi industrii* [Modern trends in the development of the world hotel industry]. *Ekonomichnyj chasopys XXI* [Economic magazine XXI]. 11-12. PP. 37-41.

8. Graftska O. (2022) *Analysis of periods of development of the hotel industry in the USA* [ldufk website]. Available at:

https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/33243/1/08-12-2022%20%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%86%D0%93%20%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%202022_removed.pdf.

9. Dovhal G., Danko N. (2019). International hotel chains: world experience for Ukraine. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/96102051.pdf>.

10. Komar N. V., Uniat A. V. (2015). *Pryvablyvist Aziatsko-Tykhookeanskoho rehionu na svitovomu rynku turystychnykh posluh* [The attractiveness of the Asia-Pacific region in the world market of tourist services]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy]. 11-12. pp. 37-41. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4201>.

11. Koczan, N. (2018). *Dosvid organizatsiyi hotelnoho biznesu v Nimechchyni* [Experience of hotel business organization in Germany]. *Naukovyj visnyk Shidnoyevropejskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrayinky. Rozdil III. Rekreacijna geografiya ta geografiya turyzmu* [Scientific Bulletin of Lesya Ukrainka East European National University. Chapter III. Recreational geography and geography of tourism], №3. pp. 82-87.

12. Posohova, I. (2019) Current state and structure of the European market of hotel services. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/96102063.pdf>.

13. Samoilenko, A. O. (2021) *Hotelni merezhi u hlobalnii industrii hostynnosti* [Hotel chains in the global hospitality industry]. *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure]. pp. 21-24.

14. Current trends and strategies for the recovery of the hospitality industry after COVID-19 and quarantine restrictions: a monograph. Available at: <http://elibrary.donpuet.edu.ua/2745/>

15. Shykina, O. V. (2019) *Dynamika rozvytku mizhnarodnoyi hotelnoyi industriyi na prykladi hotelnyh merezh* [The dynamics of the development of the international hotel industry on the example of hotel chains]. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/199587093.pdf>.

Objective. *The objective of the present article is to study trends in the development of the hotel services market in the world and Ukraine.*

Methods. *The following methods were used: analogy, analysis, synthesis, deduction, logical generalization; statistical method (for the systematization of statistical materials regarding the number of hotels, their size, number of beds, determination of the number of overnight stays and average room occupancy, assessment of the impact of tourist flow on the dynamics of the development of the hotel industry); multidimensional factor analysis (to identify external and internal factors affecting the development trends of the hotel market in Ukraine and the world).*

Results. *A comparative analysis of the dynamics of the development of regional hotel markets in the world was carried out and the fate of the Ukrainian market in the world was determined. The following indicators were analyzed: the total number of hotels and rooms; level of distribution of hotel chains; share of coverage of the world hotel market by hotel chains; value of hotel brands; dynamics of investment in the hotel market by continent.*

As a result of the analysis, it was established that the main players in the market of hotel services in the world are the USA, the EU, and China. These countries formed centers around themselves that extended their influence to other regions. Hotel chains were the main tool of competitive confrontation. Their share in the total share of the world hotel market increased. They covered more than 50% of the market, and in some countries it reached 90%. US hotel chains covered 40% of the world market of hotel services, were represented on all continents of the world and actively competed with Chinese ones. At the same time, the impact of the COVID-19 pandemic did not lead to a reduction in the number of hotels among the chains. Fixing a decrease in the total number of accommodation facilities in the world (independent and chain), the number of chain hotels increased from 119,000 to 157,000 during the studied period, and the number of rooms from 12 million units to 13 million, respectively. The impact of the pandemic on the overall dynamics of the development of the global hotel market showed a decrease in the number of hotels and rooms in the Americas, Asia and Oceania. On the contrary, the share of EU countries has increased. The growth of Ukraine's share in the European market is also recorded. However, these increases were not due to an increase in the number of hotels, but to a lower rate of their reduction due to the COVID-19 pandemic.

It was established that the dynamics of investment activity is gradually reaching pre-pandemic financing volumes. The leading position continues to be retained by the USA with a level of 60% of the global volume of investments in the industry. The countries of Europe, Asia and Oceania keep this indicator at the level of 30%. It has been proven that in the conditions of competition between the USA, China, and the EU, Ukrainian hotel chains could expand only towards the post-Soviet space (the countries of Central Asia and the Caucasus) - as a free territory.

Keywords: *hotel, Ukraine, world market, hospitality, service, hotel chains, tourism.*

Надійшла до редакції: 07.12.23