

## *РОЗДІЛ III*

### *Рекреаційна географія та географія туризму*

УДК 338.488.2:640.412

Наталія Коцан

#### **Особливості розвитку та функціонування готельного бізнесу в США**

У статті проаналізовано історичні особливості розвитку готельного бізнесу в США, його сучасний стан. Доведено, що в готельному бізнесі США спостерігаємо певні тенденції, зокрема поглиблення, спеціалізацію, утворення корпоративних форм в організації готельних підприємств (готельних ланцюгів), значну концентрацію готельних підприємств майже всіх торгових марок світу, велику конкуренцію, високу монополізацію ринку великими компаніями, завищення цін. Наголошено, що готельна сфера США має специфічні властивості й риси, як-от: відмінну від інших класифікацію готелів, організацію професійної підготовки кадрів для готельного бізнесу. Установлено, що сучасну систему профільної професійної освіти представлено коледжами, у тому числі в складі дослідницьких університетів, а також корпоративними університетами, що належать великим готельним корпораціям. Наголошено на наявності тенденції до інтеграції готельної індустрії та індустрії професійної освіти для готельного бізнесу.

**Ключові слова:** готельний бізнес, готель, заклад розміщення, готельний ланцюг, корпорація, США.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Тенденції розвитку індустрії туризму загалом і, зокрема, готельного бізнесу характеризуються швидкими рівнями зростання. Власникам незалежних готелів дедалі складніше конкурувати з великими готельними мережами в завоюванні й збереженні споживачів, ефективно розв'язувати проблеми управління готелями, укладати контракти з постачальниками, відповідати на нові виклики конкурентного середовища. Потреба дослідження процесу формування та розвитку готельного господарства США зумовлена такими сучасними тенденціями, як розвиток сучасних технологій, застосування різноманітних і складних типів управління готельними підприємствами, навчання персоналу. Готельний бізнес США – це еталон і приклад для наслідування іншими країнами, які планують готельну ланку зробити ключовою у сфері послуг. Тому досвід організації готельного бізнесу США має важливе значення, а науковий супровід цієї проблематики є актуальним.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Вивченню питань щодо функціонування готельного бізнесу, рівня його розвитку приділено багато уваги в працях як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Значний внесок у дослідження цієї проблеми розвитку зробили С. Байлик, І. Балабанов, Ю. Волков, В. Герасименко, В. Гуляєв, А. Дурович, І. Зорін, К. Каспар, Ф. Котлер, А. Кох, Й. Кріпендорф, В. Фреєр, М. Мальська, Г. Мунін, Л. Нечаюк, Г. Папирян, П. Пуцентейло, Х. Роглев, Н. Телеш, В. Цибух, С. Цюхла, О. Шаблій, І. Школа, Л. Шматько та ін., котрі займалися вивченням теоретичних аспектів розвитку готельної індустрії, вивченням іноземного досвіду організації готельного бізнесу в цілому й у США зокрема. Важливим внеском у розуміння світової туристичної діяльності, зокрема готельного господарства, є роботи таких науковців, як В. Воскресенський, О. Гац, К. Максимець, А. Романов, Р. Саакянц та ін. Серед учених-географів варто відзначити роботи О. Любіцевої, яка приділила увагу дослідженню ринку туристичних послуг. Світовий ринок туристичних послуг, зокрема готельної індустрії, відображено в працях М. Мальської. Окремими питаннями розвитку туризму України займався І. Смаль. У роботах О. Бейдика значну увагу звернено на стратегію

---

© Коцан Н., 2016

розвитку національного туризму. З огляду на актуальність цієї проблематики, в Україні подальшого дослідження потребує досвід організації готельного бізнесу в зарубіжних країнах, у тому числі й США.

**Мета та завдання дослідження** – аналіз досвіду та особливостей розвитку готельного господарства США. Відповідно до поставленої мети, у роботі поставлено такі **завдання**: проаналізувати історичні особливості та сучасний стан розвитку готельного бізнесу США; охарактеризувати класифікації готелів, які діють у США; дослідити організацію професійної підготовки кадрів для готельного бізнесу цієї країни.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Історія готельного бізнесу в США не така давня, як у західноєвропейських та східних країнах Європейського континенту внаслідок відносної молодості цієї держави. Однак, незважаючи на це, Сполучені Штати Америки мали величезний вплив на розвиток світової індустрії гостинності. Про популярність готельного бізнесу в США свідчить хоча б те, що навіть найвідоміші американські президенти Дж. Вашингтон й А. Лінкольн володіли тавернами. Починалося все, як і в інших куточках світу, із таверн і заїжджих дворів. Наявні свідчення, що ще в перші роки колонізації в Джеймстауні (штат Вірджинія) існувала таверна. Але відкриття голландцями першої відомої американської таверни під назвою «*Stadt Huys*» у Новому Амстердамі датується 1642 р. Для американських заїжджих дворів характерна схожість на англійські, тип організації яких був тоді кращим у Західному світі. Першим американським готелем став 70-кімнатний «*City Hotel*», відкритий у 1974 р. на нью-йоркському Бродвеї. США – це країна, яка завжди відрізнялася великою потребою в підприємствах розміщення, оскільки іммігранти, які прибували сюди безперервним потоком, потребували тимчасового житла. Цей попит знаходив пропозицію у вигляді бурхливого розвитку готелів. Крім того, в Америці були відсутні аристократичні палаци, як у Європі, придатні для проведення балів й інших «громадських заходів», тому їх організовували в готелях, для чого зазвичай облаштовували спеціальний зал [11].

Як і в багатьох інших сферах, США і в готельному бізнесі були батьківщиною багатьох нововведень, зокрема технічного оснащення готелів. Уже в 1829 р. американські підприємства розміщення могли похвалитися сучасними одно- та двомісними номерами, що мають замок у дверях й умивальник із готельним милом. Американський отельєр зі світовим ім'ям Статлер на початку ХХ ст. сформував сучасний набір оснащення для готельних номерів. До середини ХІХ ст. тут уведено в експлуатацію перший готель із центральним опаленням. Саме американські готелі перші дізналися, що таке ліфт і ванна в номері. Американський 6-поверховий готель став також першим у світі хмарочосом. У 20-х роках минулого століття в США серйозним нововведенням готельного бізнесу став мотель. Принципова новизна його як підприємства сфери гостинності полягала в наданні ночівлі пожиттю й місця для стоянки його авто. Причиною цього стала бурхлива автомобілізація Америки, що відбувалася в ці роки, завдяки конвеєрній зборці популярних фордовських автомобілів. Проте популярність мотелі отримали лише після війни, у 1940–1960 рр., коли американці повними ходом будували дороги. Потім настав час розвитку повітряного транспорту й, відповідно, розширення мережі готелів, які зводили навколо аеропортів. Поява на початку 70-х років ХХ ст. на міжнародних лініях «Боїнга-747» призвела до буму в міжнародному бізнесі та туризмі. Почали розширюватися міжнародні готельні компанії, а потім настала ера розвитку міжнародних готельних мереж. І тут США знову виступили в ролі першопрохідців із брендом «*Hilton*», готелі якого відомі й популярні сьогодні в усьому світі [8]. Тенденцією готельного бізнесу в кінці 90-х років ХХ ст. стала участь у діяльності готелів великих інвестиційних фондів нерухомості. Вони відокремили право власності від сфери управління готелями [6]. У США готельна індустрія створила нову форму інвестування *REIT* – інвестиційний фонд нерухомості. Також прийнято закон про інвестування в нерухомість «*The Real Estate Investment Act*». Він дозволяє невеликим інвестиційним організаціям вкладати інвестиції в нерухомість, зокрема в курорти та готелі. У 90-х роках ХХ ст. з'явилося готельні фонди, що перетворилися в прибуткові підприємства для інвесторів. У 1999 р. прийнято закон «*Tax Relief Extension Act*», який сприяв інвестиційним фондам отримувати додаткові джерела прибутків.

У подальші роки в готельному бізнесі спостерігаємо поглиблення спеціалізації. Із цим пов'язано утворення корпоративних форм в організації готельних підприємств – міжнародних і національних ланцюгів. Готельні ланцюги – це об'єднання групи підприємств, які реалізують колективний бізнес і дотримуються в ньому єдиних стандартів, просувають на світовий ринок високі стандарти

обслуговування клієнтів. Масштаб такого ланцюга визначається кількістю готельних номерів. Так, вісім із 10 світових готельних лідерів за кількістю готельних номерів – у США, тут міститься більше ніж половина з 50 найбільших готельних ланцюгів. Лідером вважають американську компанію «Cendant», що займає перше місце за кількістю готельних підприємств (6455) і номерів (541 315) [6].

Сьогодні в США простежено значну концентрацію готельних підприємств майже всіх торгових марок світу. У зв'язку з великою конкуренцією американські готельні корпорації намагаються вийти за межі американського ринку. Сьогодні в США спостерігаємо високу монополізацію ринку великими компаніями та завищення цін. Тому експерти говорять про перспективи подрібнення готельних корпорацій. Існує думка про зниження темпів розвитку готельної індустрії найближчим часом. Незважаючи на це, вивчення досвіду розвитку готельної сфери США залишається прикладом для багатьох країн світу, у тому числі й для України.

Готельна сфера США має специфічні особливості та риси, зокрема відмінну від інших країн класифікацію готелів, організацію професійної підготовки кадрів для готельного бізнесу, на яких ми зупинимось нижче. На відміну від інших країн, у США немає єдиної офіційної, затвердженої урядом системи класифікації готелів. За комфортабельністю вони здебільшого поділяються на п'ять категорій. В Америці найвищий статус присуджено двом закладами – «American Automobile Association» (AAA), яка називає свою категорію «П'ять діамантів», «Mobile Travel Guide» – «П'ять зірок». Із понад 21 000 готелів п'ятизіркового статусу удостоєні лише 35 (менше 2 %). AAA займається інспекцією готелів із 1977 р. Із всіх готелів США менше 2 % удостоєні вищої категорії – «П'ять діамантів». 25 готелів отримали обидві вищі винагороди – і «П'ять діамантів», і «П'ять зірок».

Готелі класифікують також за розміщенням, цінами й типами послуг, які вони пропонують. За цінами готелі США поділяють на бюджетні (25–35 дол. США), економічні (35–55 дол. США), середні (55–95 дол. США), першокласні (95–195 дол. США), апартаментні (65–125 дол. США), фешенебельні (125–425 дол. США). Залежно від місця свого положення готелі можуть бути центральними (розміщені в центрі міста), курортними (у курортній місцевості), казино (в одному з центрів ігрового бізнесу), аеровокзальними (у районі аеропорту), автострадними (поблизу автостради). Є й інші критерії класифікації, наприклад умови користування (таймшер, кондомініум, для тривалого проживання, для проведення конференцій тощо) [10].

Готельний бізнес США характеризується тим, що готелі дедалі більше орієнтуються на визначений сегмент ринку. Так, у майбутньому передбачено виділення трьох типів готелів:

1. «Люкс» – із численним персоналом, надзвичайно високим рівнем сервісу для найвимогливіших клієнтів.
2. Готель середнього рівня, що максимально використовує сучасні технології, намагається за допомогою автоматизації зменшити експлуатаційні витрати, а отже, і ціни.
3. Невеликий затишний готель, призначений для тих клієнтів, які потребують більше персональної уваги до себе, але без необхідності оплачувати послуги за цінами «люкс» [7].

Готельну індустрію країни повною мірою можна віднести до високотехнологічного сектору, який широко застосовує управлінські й інші інновації, що передбачає залучення висококваліфікованих кадрів. Професійну освіту фахівців та окремих категорій лінійного персоналу розглянуто як вирішальне ресурсне джерело економічного зростання. На рівні окремого готелю чи готельної мережі праця кваліфікованого персоналу втілюється у відтвореному готельному продукті, який володіє значними споживчими властивостями й конкретними конкурентними перевагами [1].

Сучасну систему профільної професійної освіти представлено коледжами, у тому числі в складі дослідницьких університетів, а також корпоративними університетами, що належать великим готельним корпораціям. Практично всі вони – «Hilton», «Marriot» та інші – перетворилися на навчальні організації, що створили корпоративні університети, які працюють на постійній основі. Готельна економіка знань, про яку сьогодні багато говориться в американських професійних колах, виходить із того, що існує пряма залежність між рівнем розвитку готельної галузі в країні й станом вищої та середньої професійної освіти за готельними спеціальностями. Тому можна стверджувати про наявність тенденції до інтеграції готельної індустрії й індустрії професійної освіти. Середню професійну освіту за готельними спеціальностями представлено дворічними коледжами, випускники яких отримують диплом техника та можуть продовжити навчання у вищих – чотирирічних – коледжах, що здійснюють підготовку за програмами бакалаврату. Дипломовані бакалаври, зі свого боку, можуть

продовжити навчання за магістерськими програмами в низці американських університетів або коледжів, яким надано таке право. Як засвідчує практика, галузевий ринок праці цілком улаштовують дипломовані фахівці – техніки та бакалаври; магістерські освітні програми користуються обмеженим попитом [3].

Американська система професійної освіти відрізняється високим ступенем децентралізації: вища й середня професійна освіта перебувають у віданні штатів. Відповідно до 10-ї поправки Конституції США, федеральний уряд не має права створювати загальнонаціональну систему освіти, визначати політику та навчальні програми для загальноосвітніх шкіл, коледжів й університетів. Усі штати мають власні системи профосвіти, що володіють своєю специфікою. Роль федерального уряду зводиться до загального керівництва сферою вищої та середньої професійної освіти без надмірного втручання в справи кожного навчального закладу. Розробкою загальнонаціональної політики в цій сфері займається Міністерство освіти. Вищий рівень адміністрування представлено керівним органом, що розробляє питання освітньої політики. Для державних ВНЗ – це керуюча й координуюча рада на рівні штату (або провідного університету штату); для приватних коледжів та університетів – рада піклувальників або рада керівників цього освітнього закладу. Це повністю стосується також і підготовки фахівців із вищою освітою за готельними спеціальностями.

Підготовка фахівців у межах вищої професійної освіти за готельними спеціальностями здійснюється лише недержавними університетами та коледжами. Серед них виділяється Школа готельного адміністрування (*Cornell's School of Hotel Administration*), що має статус коледжу в структурі Корнельського університету (*Cornell's University*), котрий має статус дослідницького, у тому числі з готельної проблематики [2].

Державне фінансування американської вищої школи, включаючи недержавні коледжі та дослідницькі університети, проводиться за трьома основними напрямками:

- наукові дослідження (у межах державного замовлення);
- інституційні субсидії освітнім структурам, значимість яких визначається державою;
- фінансова допомога студентам, які потребують особливої уваги (нині це пріоритетний напрям, що становить більше ніж половину всіх державних витрат у цій сфері).

Формування кадрового потенціалу для готельної галузі, у якому беруть участь громадські організації – професійні готельні асоціації, у тому числі регіональні, включаючи низку процедур, дає змогу:

- визначити реальну вартість підготовки кваліфікованого фахівця для готельної галузі з відповідної спеціальності;
- розробити змістову модель спеціаліста (у контексті традиційної освітньої траєкторії «професійні знання – навички – уміння»), що забезпечує високу компетентність працівника на конкретному робочому місці;
- вивчити реальні потреби готельних підприємств у фахівцях з урахуванням перспектив розвитку професійної готельної діяльності, оплати та умов праці, соціально-професійної адаптації, перспектив кар'єрного зростання;
- установлювати прямі договірні відносини з готельними підприємствами-замовниками, зацікавленими в підготовці нових категорій фахівців на тривалу перспективу;
- розробляти науково-методичне забезпечення освітнього процесу з готельними спеціальностями в профільному коледжі або дослідницькому університеті;
- створювати на конкурсній основі нове покоління підручників і навчальних посібників, що реалізують системний принцип і клієнтоорієнтований підхід до майбутньої професійної (готельної) діяльності працівника [11].

**Висновки й перспективи подальших досліджень.** Досліджуючи сучасний стан розвитку готельного господарства в США, незаперечним потрібно визнати той факт, що в цій країні індустрія гостинності давно сформувалась і стабільно розвивається, маючи матеріальну базу та забезпечуючи роботою мільйони людей, що, безперечно, позитивно впливає на економіку держави. Готельна індустрія США відрізняється специфічними рисами й особливостями, серед яких відзначимо систему класифікації готелів, підготовку фахівців для готельного бізнесу тощо. Готельне господарство – галузь економіки США, яка забезпечує значні валютні надходження завдяки поширенню іноземного туризму. Поряд з позитивними рисами готельна індустрія переживає сповільнення темпів зростання.

Причини цього явища, а також динаміку розвитку готельного бізнесу США продовжимо розглядати в наступних наших публікаціях.

*Джерела та література*

1. Азар В. І. Економіка і організація туризму : навч. посіб. / В. І. Азар. – Москва : Профиздат, 1983. – 223 с.
2. Александрова О. Ю. Економіка і територіальна організація міжнародного туризму : навч. посіб. / О. Ю. Александрова. – Москва : [б. и.], 1996. – 382 с.
3. Гладунок Ю. В. Державне регулювання розвитку готельного господарства: проблеми та перспективи / Ю. В. Гладунок // Науковий вісник Національного університету Державної податкової служби України (економіка, право). – 2009. – № 3. – С. 29–36.
4. Гуляев В. Г. Организация туристической деятельности : навч. посіб. / В. Г. Гуляев. – Москва : Нолидж, 1996. – 312 с.
5. Козлова Т. «Лицо» сетевых отелей / Т. Козлова // Новости турбизнеса. – 2005. – № 22. – С. 23.
6. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Київ : Центр учб. літ., 2012. – 472 с.
7. Мунін Г. Б. Управління сучасним готельним комплексом : навч. посіб. / Г. Б. Мунін, А. О. Змійов, Г. О. Зінов'єв [та ін] ; за ред. С. І. Доругонцова. – Київ : Ліра-К, 2005. – 156 с.
8. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – Київ : ЦУЛ, 2009. – 344 с.
9. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 344 с.
10. Рентч М. С. Преимущества брендинга отелей / М. С. Рентч // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2008. – № 3. – С. 48–50.
11. Туризм і готельне господарство. – Москва : Березень, 2003. – 352 с.
12. Цьохла С. Ю. Економічні основи курортної індустрії й перспективи розвитку / С. Ю. Цьохла // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. – Серия : Экономика. – 2008. – Т. 21 (60), № 1. – С. 286–294.
13. Юр'єв А. П. Формування ціни та цінової політики на підприємствах туристичного бізнесу : монографія / А. П. Юр'єв, К. В. Єрмілова. – Донецьк : [б. в.], 2004. – 200 с.

**Коцан Наталя. Особенности развития и функционирования гостиничного бизнеса в США.** В статье проанализированы исторические особенности развития гостиничного бизнеса США, его современное состояние. Доказано, что в гостиничном бизнесе США наблюдаются определенные тенденции, в частности углубление, специализация, образование корпоративных форм в организации гостиничных предприятий (гостиничных цепей), значительная концентрация гостиничных предприятий почти всех торговых марок мира, большая конкуренция, высокая монополизация рынка крупными компаниями, завышение цен. Отмечается что гостиничная сфера США имеет специфические свойства и черты, в частности отличную от других классификацию гостиниц, организацию профессиональной подготовки кадров для отельного бизнеса. Установлено, что современная система профильного профессионального образования представлена колледжами, в том числе в составе исследовательских университетов, а также корпоративными университетами, принадлежащими крупным гостиничным корпорациям. Отмечается наличие тенденции к интеграции гостиничной индустрии и индустрии профессионального образования для гостиничного бизнеса.

**Ключевые слова:** гостиничный бизнес, отель, заведение размещения, гостиничная цепь, корпорация, США.

**Kotsan Natalia. The Hotel Business Features in the United States of America: Development and Functioning.** The article gives a detailed analysis of historical features and current state of hotel business development in the USA. It is proved that there are some tendencies in hotel business of the USA such as specialization development, establishment of corporative forms in hotel companies' arrangement (hotel chains), a significant concentration of hotel enterprises of almost all world brands, great competition, and high level of market monopolization by large companies, overpricing. The article highlights that the hotel sphere of the USA has particular traits and characteristics, namely specific classification of hotels as well as staff training for hotel industry. It is determined that modern system of vocational education is presented by colleges the educational establishments of the research universities and the corporative universities, which belong to large hotel corporations. The article also outlines that there is a tendency toward integration of both hotel industry and vocational education for hotel business.

**Key words:** hotel business, hotel, accommodation, hotel chain, corporation, the USA.

Стаття надійшла до редколегії  
05.11.2016 р.