Зміст

Вступ

Розділ 1. Готельний бізнес як компонент сучасної індустрії туризму

* 1. Історія і шляхи формування готельних корпорацій світу, глобалізація і її переваги для готельного бізнесу
  2. Особливості і напрями діяльності найбільших готельних корпорацій світу

Розділ 2. Особливості індустрії гостинності країн Азії

2.1 Загальна характеристика туристичної Азії

2.2 Готельний бізнес в Китаї

2.2.1 Туристичні ресурси Китаю

2.2.2 Характеристика економічних показників туристичної галузі

2.3 Особливості готельного бізнесу Індії

2.3.1 Характеристика основних визначних пам'яток

2.3.2 Готельний бізнес і індустрія відпочинку Індії

2.4 Готельний бізнес Таїланду

2.4.1 Визначні пам'ятки Таїланду

2.4.2 Інвестування в готельний бізнес Таїланду

Розділ 3. Перспективи світового готельного бізнесу

3.1 Характеристика можливостей розвитку світового готельного бізнесу

Висновок

Вступ

Сучасна індустрія туризму це багатофункціональне утворення, що має свою логічно вивірену структуру, що формується виходячи з унікальності туристських комплексів і вживаних технологій, визначуваних конкретними соціально-економічними, організаційно-правовими умовами і ресурсним базисом. Але саме індустрія розміщення туристів і ресторанний бізнес виступають її основоположними компонентами як в частині формування іміджевих характеристик, так і відносно внеску в кінцевий економічний результат.

Основний внесок до розробки загальнотеоретичних і практичних проблем розвитку готельного бізнесу внесли такі зарубіжні учені як Р. Браймер, Дж. Уокер, Ф. Котлер, Боуен Дж., Мейкенз Дж., Лінн Ван дер Ваген, Латтін Р., Нансер Н., Рітцер Р., Шмідхаузен х.П. і ін., а так само вітчизняні дослідники В. Азар, А. Чудновський, Би. Прянков, А. Умнов, Ю. Путрік, А. Терещенко, І. Кабушкин, Р. Папірян, А. Лісник, Д. Ісмаєв, М. Смирнова, С. Скобкин і ін.

Досить різноманітний калейдоскоп вражень від мандрів складаються у туристів зі всіх куточків світу після подорожі по азіатському континенту. Азія – найобширніший континент, займає 30% поверхні землі і найщільніше заселений – тут живе 60% всього людства.

Подорож до Азії – це паломництво і дотик до витоків релігій. Тут виникли три основні світові релігії - буддизм, християнство, іслам.

Відпочинок в Азії дає можливість доторкнутися до витоків філософської думки, мистецтва і культури континенту. Імена Заратуштри, Будди, Лао-цзи, Конфуція, пророка Мухаммеда, Авіценни (Ібн-сини), Омара Хайяма відомі у всьому світі не менше, ніж імена великих завойовників - Чингисхана і Тімура або знаменитих діячів XX в. Махатми Ганді, Мао Цзедуна, аятолли Хомейні.

Туристичні поїздки до Азії дадуть уявлення про національні особливості і традиції азіатських країн. Унікальні народні промисли, ремісниче виробництво, особливо в Індії, Індонезії, Ірані, Непалі до цих пір є одній з найважливіших галузей народного господарства. Поїздки по майже всіх країнах континенту дадуть уявлення про його велич і потужність, міста і країни, багату флору і фауну.

Обширна географія континенту, велика кількість туристичних напрямів і маршрутів в Азії – це прекрасна можливість вибору повноцінного відпочинку.

У перші чотири місяці 2009 року розрахунки ефективності ринку, зроблені для Усесвітньої Організації Туризму, визначили азіатсько-тихоокеанський регіон як область з найвищим зростанням туристичної відвідуваності в світі. Із зростанням в 9% в порівнянні зі світовим середнім зростанням в 6%, він залишається другим, напрямом, що обирають туристи усього світу після Європи.

Китай підтвердив своє четверте місце в списку серед найбільш популярних туристичних напрямів, після Франції, Іспанії і Сполучених Штатів Америки. Із зростанням коефіцієнта туристичної відвідуваності протягом того ж періоду майже в 10%, Китай повинен, слідуючи прогнозам Усесвітньої Туристичної Організації, наздогнати Сполучені Штати Америки в 2009 році, і стати лідером в 2020 році. Протягом цього ж періоду ще в декількох країнах азіатсько-тихоокеанського регіону відмічено подвійне зростання ступеня туристичної відвідуваності: Макао (Китай +21%), Індонезія (+14%), В'єтнам (+12,5%), Індія (+12%), Японія (+11%) і Малайзія (+10%).

У даному контексті зовсім не дивно, що Азія зафіксувала в 2007 році найвищий коефіцієнт зростання в світі, завдяки своїй готельній інфраструктурі (+10,5% або близько 60 000 додаткових апартаментів). Проте сьогодні коефіцієнт проникнення готельних ланцюжків в даному регіоні ледве досягає 15%, і, таким чином, легко уявити потенціал, який пропонують ці країни гігантам готельного бізнесу. Враховуючи таке зростання в туризмі, Китай і Індія, з чисельністю населення в 1,6 і в 1,13 мільярдів відповідно, безперечно є пріоритетними цілями потужних інвесторів у готельний бізнес сьогодні.

Мета написання даної курсової роботи - розгляд сучасного стану і шляхів розвитку готельного бізнесу Азії.

Звичайно в межах однієї роботи просто неможливо охарактеризувати туристичні достоїнства всіх країн Азії, адже їх налічується більше 30. Основний акцент ми зробили на лідерів туристичної Азії, а саме – Китай, Індію і Таїланд.

Розділ 1. Готельний бізнес як компонент сучасної індустрії туризму

1.1 Історія і шляхи формування готельних корпорацій світу, глобалізація і її переваги для готельного бізнесу

Процес глобалізації в даний час набуває все більш широкого розмаху і, мабуть, вже немає такої сфери діяльності, якої б він не торкнувся. У свою чергу феномен консолідації пронизує туристичну сферу з незвичайною швидкістю. Ми спостерігаємо такі процеси, як злиття, придбання або поглинання, утворення стратегічних альянсів або корпорацій.

Безумовно глобалізація не обійшла стороною і готельну індустрію. Ідея формування глобальних об'єднань почала активно пропагуватися в США з середини 80-х років. Дослідження, проведені університетами і фірмами по управлінському консультуванню США, характеризували глобальне об'єднання як вірний засіб завоювання головних іноземних ринків і підвищення конкурентоспроможності транснаціональних компаній Америки.

Вивчення літератури показало, що серед учених і фахівців з менеджменту немає єдності поглядів на суть глобальних об'єднань, їх достоїнства, недоліки і перспективи. Поняття "Глобальне об'єднання" трактується досить широко і суперечливо.

Процеси утворення корпорацій простежуються в роботі як всесвітньо відомих готельних ланцюгів, так і в діяльності «новачків» готельного бізнесу.

Корпорація – добровільне об'єднання фізичних і юридичних осіб, що створюється організаторами для здійснення спеціалізованої діяльності, досягнення загальних цілей і вирішення специфічних завдань. Корпорація набуває особливої форми організації, яка базується на легітимному характері функціонування, добровільному, але не широкому, а вибірковому входженні в неї членів, на самоврядуванні, на ієрархічній структурі, а також на самостійному визначенні організаторами статуту, стратегії і цілей діяльності.

Готельна корпорація – найбільша організаційна структура, об'єднуюча підприємства і фірми туристичного бізнесу. Створення готельних корпорацій виступає результатом концентрації і інтернаціоналізації капіталу, а також монополізації ринків готельних послуг.

У історії народження готельних корпорацій є свого роду інтрига. Їх прототипи з'явилися в Європі ще в кінці 19 - початку 20 століть, проте на масовий рівень ця ідея вийшла набагато пізніше, після майже півстоліття, причому майданчик дії перенісся до Америки, яка і отримала статус батьківщини мережевих готелів. Сьогодні в світі налічується понад 100 міжнародних готельних корпорацій – від дрібних, з декількома десятками об'єктів, до «важкоатлетів», що включають тисячі готелів. Що сприяло формуванню нового ступеня в розвитку готельного бізнесу, що виникає як будь-яка якісна зміна на базі існуючого кількісного зростання. Зростання об'ємів готельного будівництва привело до концентрації готелів, що знаходяться у власності окремих осіб і компаній.

Виділяють наступні можливості включення нових готелів в готельну корпорацію: будівництво власних готелів корпорацією, покупка готелю, лізинг, укладення франчайзингового договору, укладення контракту на управління, будівництво спільних підприємств, вступ до консорціуму, асоціації.

Оренда (лізинг) стала популярною в 1950 – 1960-і роки. У готельній індустрії цей метод використовується і в даний час, хоча рідше ніж раніше. Лізингова угода дозволяє і орендареві, і корпорації вийти на ринок або розширити на ньому присутність. При такому підході готель орендується за обумовлений відсоток зазвичай від 20 до 50% з валових надходжень від продажів. Наприклад, міжнародна експансія американських готелів почалася з оренди компанією Hilton одного з готелів в Сан-Хуані. Бажаючи підштовхнути розвиток національного туризму, уряд Пуерто-Ріко здав готель в оренду на пільгових умовах: дві третини від прибутку плюс оплата маркетингових витрат.

Контракт на управління полягає між власником підприємства і компанією, головним напрямом діяльності якої є професійне управління готелями на даному сегменті ринку. Компанія, що вступає в управління за контрактом, не отримує ніяких прав на само майно підприємства. За роботу компанія отримує зазвичай управлінську винагороду у вигляді певного відсотка від валового або чистого операційного доходу, зазвичай – від 2 до 4,5%. Конкуренція, що за останні роки посилилася, між управлінськими фірмами привела до зниження величини контрактної винагороди. Компанії, що управляють, часто укладають взаємовигідні операції з власниками власності, не охочими управляти нею. Найпомітніша риса сучасних контрактів на управління – збільшення числа обумовлюваних в них положень.

Франчайзинг в індустрії гостинності – це концепція що дозволяє компанії розширювати свою діяльність динамічніше. Її суть полягає в тому, що франчайзодавець надає «захищене в законному порядку право займатися певною підприємницькою діяльністю, а також допомогу в організації цієї діяльності, навчанні, реалізації і управлінні за винагороду від франчайзоотримувача». Франчайзодавець створює повну концепцію підприємства або методів роботи, а франчайзоотримувач купує право використовувати наявні напрацювання. Як для франчайзодавця, так і для франчайзоотримувача система франчайзи таїть в собі як вигоди, так і недоліки.

Для того, щоб протистояти конкуренції з боку інтегрованих і франчайзингових ланцюгів, незалежні готелі об'єднуються в готельні консорціуми. Фахівці виділяють чотири основні види консорціумів, а саме маркетингові консорціуми, консорціуми системи бронювання, повні консорціуми (забезпечують не тільки загальне маркетингове дослідження і обслуговування, але і допомагають в управлінні людськими ресурсами), спрямовані консорціуми (є об'єднанням готелів з авіакомпаніями і їх системами бронювання, наприклад Джал Уорлд).

Також набула широкого поширення практика створення спільних підприємств. В цьому випадку ланцюг стає інвестором проекту, привносячи в нього свій капітал, ноу-хау, і беручи участь надалі в прибутках готелю. Схема утворення спільних підприємств в індустрії туризму зводиться приблизно до наступного: є два або більше інвестора-власника майбутнього готелю, які несуть фінансові ризики комерційної діяльності об'єкту, що будується, в рамках своєї частки в статутному капіталі готельної організації. Власники майбутнього готелю ухвалюють рішення про залучення тієї або іншої торгової марки для просування послуг готелю на внутрішньому і міжнародному ринках. Умови, на яких готель набуває відомої торгової марки, обмовляються окремо. Це може бути франчайзинговий договір або інша угода з компанією, торговою маркою, що володіє. Іноді учасником спільного підприємства є готельна компанія-власник торгової марки.

У багатьох випадках інвестор, що дає позиковий капітал на будівництво готелю, не відповідає за подальший розвиток діяльності готелю, його цікавить лише питання поворотності засобів, вкладених в будівництво. Інвестор не бере участь в експлуатації об'єкту, проте він розглядає наявність відомої торгової марки як чинник, що підвищує престижність готелю на туристському ринку.

Асоціація туристська – добровільне об'єднання організацій або фізичних осіб, що працюють в індустрії туризму. По сфері обслуговування розрізняють національні (Американська асоціація готелів і мотелів), регіональні (Міжнародна асоціація соціального туризму в країнах СНД) і міжнародні (Усесвітня туристична організація). Основний напрям діяльності асоціацій – сприяння розвитку підприємств індустрії гостинності.

Також на світовому туристичному ринку активно функціонують специфічні об'єднання(асоціація), основна мета яких – об'єднати кращих представників готельного бізнесу. Міжнародна корпорция «Провідні готелі світу» - “The Leading Hotels of the World” – з 1928 року веде роботу за визначенням самих кращих готелів світу і щорічно поміщає відомості про них в своєму спеціалізованому каталозі. Вже близько 30 років подібну роботу проводить також міжнародна організація «Привілейовані готелі і курорти світу» («Preferred Hotels and Resorts Worldwide»). Як «кращі» так і «привілейовані» готелі розраховані в основному на достатньо багатих клієнтів.

Переваги розвитку готельних корпорацій, побудови ланцюжків очевидні. Кожна з них має свої особливості. Серед них можна виділити єдину систему бронювання, яка дозволяє вести клієнтів по всьому маршруту і максимально підвищувати завантаження. Підраховано, що дохід з одного номера готельного ланцюга в сім разів вище, ніж в незалежному готелі. Єдина база даних дає можливість формувати зручні маршрути, здійснювати інформаційну підтримку персоналу, забезпечувати вищу якість обслуговування.

Важлива і інформаційна підтримка. Включення у відому готельну систему дає готелю можливість бути представленим у всіх її довідниках, каталогах, системах бронювання і на Інтернет-сайтах.

Крім того, вхідний в готельний ланцюг готель набуває величезних можливостей розширення сервісу, спираючись на вже розроблені схеми і контракти, клієнтські програми і їх підтримку. Вхідному в мережу готелю не доводиться винаходити свій «велосипед» - вона стає частиною величезної імперії. Опинившись в незнайомій країні, багато клієнтів мережевих готелів заздалегідь знають, якого кольору буде килимове покриття в номері і скільки рушників повинно лежати у ванній кімнаті. Де б не знаходився готель – в Парижі, Нью-Йорку, - гостей чекають однакові стандарти якості за рахунок централізованого управління, постачання, маркетингу і обслуговування. Сервіс в мережевих готелях також підпорядкований ідеї детального проходження загальноприйнятим стандартам. Корпорації наказують співробітникам називати гостя на ім'я мінімуму двічі, забороняють спілкуватися з клієнтами сидячи, накладають табу на носіння аксесуарів. Корпоративні вимоги утворюють значний талмуд, який повинен засвоїти на тренінгах кожен новий співробітник. А щоб все виконувалося «за образом і подобою», за менеджмент відповідають західні фахівці – «вихідці» з інших готелів.

Таким чином, дані системи управління підприємствами сприяють створенню цілого ряду переваг, які дозволяють туристським підприємствам підвищувати якість туристського продукту, що реалізовується, диверсифікувати пропоновані послуги в рамках сегменту ринку, збільшувати індивідуалізацію обслуговування споживачів.

1.2 Особливості і напрями діяльності найбільших готельних корпорацій миру

*Корпоративний профіль: Cendant Corporation*

Один з головних гравців на світовій арені туризму і найбільший готельний франчайзер. Портфель Cendant налічує 6400 готелів на більш ніж 500 тисяч номерів. Компанія включає такі бренди як AmeriHost Inn, Days Inn, Howard Johnson, Knights Inn, Ramada Inn, Super 8, Travelodge, Villager і Wingate Inn [Avis](https://www.avis.com/AvisWeb/JSP/US/en/aboutavis/employment/self_employment.jsp) [ERA](http://www.era.com/ContactForms/ContactERABodyAd.html) [Coldwell Banker](http://www.coldwellbanker.com/request/CBDocument?QMLclass=FrameViewer&lpage=%2Frequest%2FCBDocument%3FQMLclass%3DQMLViewer%26qmlpath%3D%2Fanon%2FaboutUs_menu.html&rpage=/html/anon%2Fabout%2FaboutSplash.html) [Century 21](http://www.century21.com/learn/franchise/default.aspx?int=N) [Coldwell Banker Commercial](http://www.coldwellbankercommercial.com/content/joincbc.html). Крім того, дана корпорація володіє різними фірмами, що представляють практично всі області туріндустрії. Так, з компаній по прокату автомобілів Cendant належать Avis і з 2001 року Budget, за яку було віддано в цілому більше $700 млн. У тому ж 2001-м Cendant придбала і комп'ютерну систему бронювання Galileo. Ще одна сфера її діяльності - клубний відпочинок, де їй належать такі "кити", як Fairfield Resorts, RCI і Trendwest. Крім того, в портфелі корпорації є декілька туристських компаній, чотири страхові фірми, служба таксі і три крупні туристські сайти.

Основною спеціалізацією компанії є побудова франчайзингових систем, пошук рішень, пов'язаних із зовнішнім фінансуванням, прямий маркетинг.

Ім'я Cendant корпорація отримала тільки в 1997 році, коли злилися CUC International Corp, що спеціалізується на клубному відпочинку, і HFS Inc., що володіє на той момент всіма готельними економ-брендами, нині належними Cendant. Варто відзначити, що деякі готельні бренди, що входять зараз в Cendant, мають більш ніж півстолітню історію.

Охарактеризуємо деякі бренди готельної корпорації. Всі бренди готельної мережі відносяться до економічного класу і відповідають рівню 2\* - 4\*.

Готелі AmeriHost Inn і AmeriHost Inn & Suites можна знайти в 18 штатах США. Вони орієнтовані як на бізнес-туристів, так і на звичайних туристів і пропонують стандартний набір послуг.

<http://www.ttg-russia.ru/htdocs/images/whor-1.jpg>1900 готелів Days Inns представлено більш ніж в 10 державах і незабаром з'являться також в Японії, Італії, Марокко і Кореї. Девіз цього ланцюжка: висока якість за невисокою ціною (від $35 до $69).

500 готелів Howard Johnson розташовано практично по всій території США, а також в Аргентині, Канаді, Колумбії, Домініканській Республіці, Еквадорі, Єгипті, Ізраїлі, Йорданії, Лівані, на Мальті, в Мексиці, Омані, ОАЕ, Великобританії і Венесуелі. У ланцюжок входять декілька брендів: Howard Johnson Plaza Hotels, Howard Johnson Hotels, Howard Johnson Inns, Howard Johnson Express Inns.

225 підприємств Knights Inn розташовано в США і Канаді. Готелі цього ланцюжка, згідно рекламі, пропонують "дійсно низькі ціни" (близько $60). У одноповерхових будовах, розташованих у важливих магістралей, постояльці знайдуть чисте і комфортне розміщення

На території США і Канади близько 2 тисяч мотелів Super 8. Історія цього ланцюжка налічує більше чверті століття. Відмітною особливістю бренду служить те, що чотири рази на рік мотелі піддаються ретельній інспекції, і тому постояльці можуть розраховувати на максимальну гостинність персоналу і бути упевнені, що їм нададуть ідеально чисті номери за ціною $50 - $65.

У 1935 році бізнесмен Scott King, передбачивши підвищення серед мандрівників попиту на недороге розміщення, створив свій перший мотель в Сан-дієго. У 1939 році була зареєстрована компанія The Travelodge. Зараз бренд Travelodge, що налічує 600 готелів (від 25 до 200 номерів), добре відомий у всьому світі. Як і Howard Johnson, він пропонує декілька типів розміщення. Для мандрівників, що віддають перевагу достатньо високому рівню сервісу, призначені Travelodge, готелі середнього рівня належать марці Travelodge Hotels, а дешеві - Travelodge Inn. Крім того, з 1992 року у ланцюжка з'явився ще один низкобюджетный бренд - Thriftlodge.

Готелі Villager Lodge пропонують домашній комфорт за ціною, яка не сильно б'є по кишені ($40 - $60). Щоб гості відчували себе в готелі, як вдома, їм надаються послуги пральні, і всі номери обладнані кухнею. Серед достоїнств Villager Lodge слід також згадати безкоштовне кабельне телебачення і достатньо низькі тарифи на телефонні послуги.

Останній з брендів корпорації - Wingate Inn створений спеціально для бізнесменів, тому номери готелів оснащені за останнім словом техніки. Відповідно і ціна на таке розміщення декілька вище, ніж в інших брендах - від $80 до $100.

*Корпоративний профіль: Intercontinental Hotels Group*

InterContinental Hotels Group – одна з найбільших готельних компаній, що включає 3600 готелів на 537 000 номерів 2006 рік. Компанія включає наступні бренди: Intercontinental Hotels and Resorts, Crowne Plaza Hotels and Resorts, Hotel Indigo, Holiday Inn, Express by Holiday Inn, Holiday Inn Express, Staybridge Suites, Candlewood Suites, Priority Club Rewards.

*Корпоративний профіль: Marriott International.*

В даний момент корпорація Marriott International має більш ніж 2600 на 425900 номерів засобів розміщення, розташованих в США і 65 інших країнах світу. Всі готелі мережі відрізняються незмінним сервісом, який базується на чіткій взаємодії всіх структур і підтримуються жорстким контролем з боку головного офісу. «Ми прагнемо стати кращою компанією в галузях мешкання і послуг в світі за рахунок того, що добиваємося від своїх співробітників надання нашим клієнтам максимально можливих послуг, внаслідок чого у виграші залишаються наші акціонери». – заява про місію Marriott International.

Враховуючи різні групи клієнтів, їх матеріальні можливості, мережа розробляє різні бренди, збільшуючи об'єми обслуговування:

Marriott Hotels and Resorts – готелі з повним набором послуг, управляються через франшизу або самостійно. Renaissance Hotels and Resorts - готелі надають повний набір послуг засобів розміщення для бізнес туристів, відпочиваючих. Marriott Conference Centers – повносервісні готелі для проведення конференцій і зустрічей. Countyard by Marriott – підрозділ компанії, що відповідає за мережу готелів з щодо низькою ціною. Fairfield Inn by Marriott – підрозділ компанії, що відповідає за мережу готелів економічного класу. SpringHill Suites – підрозділ компанії, що відповідає за мережу готелів середнього, вищого класу, направлений на обслуговування бізнес – туристів і відпочиваючих, особливо для жінок і дітей. Residence Inn by Marriott - лідер в сегменті готелів з тривалим мешканням. TownePlace Suites – підрозділ компанії, що відповідає за мережу готелів з щодо низькою ціною з тривалим мешканням гостей. Marriott ExecuStay – підрозділ компанії надає засоби розміщення на 1 місяць і більше. Marriott Executive Apartments – підрозділ компанії, що надає розміщення діловим туристам на термін від 30 днів. Marriott Vacation Club International – система таймшера. Гість може купити тиждень відпочинку в готелі цього класу. Система включає 38 ексклюзивних курортів. Ritz – Cariton – провідний готельний бренд в сегменті готелів класу люкс.

*Корпоративний профіль: Accor.*

Міжнародний готельний ланцюг Accor за 40 років своєї роботи відкрив 4000 готелів в 90 країнах світу (2006г). Об'єм продажів ланцюгу склав в 2002 році 7,139 млрд. євро. А починався ланцюг з розвитку транспортної інфраструктури в околицях французького міста Лілля. Перший готель майбутнього ланцюга “Novotel” був побудований в 1967г поблизу аеропорту і автомагістралі. Наступні готелі мережі “Novotel” також будувалися в районах транспортних вузлів. Це було масове будівництво невеликих готелів на 60-80 номерів, по 15-20 готелів в рік. У 1973 г поряд з кільцевою дорогою навколо Парижа був побудований крупний “Novotel” на 600 номерів. Збільшення туристських потоків вимагав розвиток інфраструктури туризму. І в 1982г «Novotel» зливається з ланцюгом «Sofitel», декількома ресторанними ланцюгами, банкетними, сервісними компаніями. Об'єднана компанія була перейменована в Accor. Accor – це готелі всіх категорій від 1 до 5 зірок, це друга за величиною світова мережа туристських агентств, 3-а по величині у Франції мережа казино, конференц-центрів, це група сервісних компаній, обслуговуючих щоденні 13 млн. чоловік. Готельний ланцюг Accor включає наступні бренди: Sofitel, Atria, Novotel, Mercure Accor Hotels, Switch Hotels, Ibis, Etap, Formula 1, Red Roof, Motel 6, Studio 6.

Ланцюг широко використовує різні форми взаємодії, інтегруючи зусилля в суміжних областях: будує власні готелі, бере готелі в оренду, створює спільні підприємства, працює з готелями за договором франчайзингу, вводить управління за контрактом, інтегрує готелі в єдину інформаційну систему із створенням корпоративного сайту. 30% готелів є власністю ланцюга, 30% узяті в довгострокову оренду, 30% працюють за договором франчайзингу. У 1994г було створено СП, в якому 50% акцій належить Accor і 50% акцій, – американській компанії Carlson Companies. У 2000г була створена сумісна програма Accor і Управління залізниці Франції з продажу пакетів «ж.д. +отель». Тісна співпраця з авіа компаніями привела до створення іншої спеціалізованої програми турів «авиаперелет+отель». Сьогодні Accor – лідер готельного бізнесу з мережею туроператорів і туристичних агентств, активний учасник американського і європейського туристичних ринків.

*Корпоративний профіль: Choice Hotels International*

Choice Hotels International – одна з найбільших готельних корпорацій миру, об'єднуюча близько 4 000 готелів, така, що включає наступні бренди: Quality Inn, Choice Hotels, Comfort Inn, Comfort Suites, Quality, Sleep Inn, Clarion, MainStay Suites, Suburban Extended Stay Hotel, Econo Lodge, and Rodeway Inn brand hotels. Історія компанії починається в 1940 році, коли були відкриті перші готелі. Історія компанії повна інновацій і нововведень. Так ще в 1940 році були розроблені стандарти діяльності підприємств. У 1954 році вперше в готелях цієї компанії були введені наступні послуги: цілодобова робота служби розміщення, телефони в номерах, басейн, в 1963 році – гарантоване бронювання. У 1983 році першими працювали з глобальними системами бронювання, в 1984 році – першими запропонували номери для некурящих.

*Корпоративний профіль: Hilton Hotels Corporation*

Американський підприємець Конрад Хилтон (1887-1979) увійшов до історії, піднявши готельний бізнес на недосяжну висоту, тому що ввів поняття «П'ятизірковий готель» по аналогії з хорошим коньяком. Треба підкреслити, що як стартовий капітал для відкриття власної справи він не мав в своєму розпорядженні нічого, окрім твердого характеру, ініціативності, енергії, рішучості і дитячого досвіду комерції в магазині отця. Конрад Хілтон купивши старий готель Mobley в Техасі в 1919г, першим здогадався рентабельно використовувати його простір. Цей двір з безглуздими колонами на фасаді можна було назвати готелем, лише підключивши фантазію. З фантазією у Хілтона було все гаразд. Він змусив приносити прибуток не тільки сам готель, але і колони, оточивши їх скляними вітринами з необхідними в будь-якому готелі товарами: від газет і журналів до предметів особистої гігієни. Прибутковість такого сервісу перевершила всі очікування — кожна колона давала власникові додаткові 8 тисяч доларів. Далі ця ідея розвинеться в сувенірний і подарунковий бізнес при всіх готелях «Хілтон».

Успіх надихнув Хілтона. Він вирішив серйозно зайнятися готельним бізнесом і відкрив в Далласі перший готель під фірмовою назвою «Хілтон» в 1925г, що заклав основу створення знаменитої готельної імперії, — глобальній мережі елітних готелів вищого класу обслуговування, передового рівня оснащеності і найкомфортабельнішого сервісу. Після Другої світової війни імперія Конрада Хілтона перетворилася на найбільшого лідера світової готельної індустрії, стандарти якого брали на озброєння інші представники галузі. Хілтон ухвалив рішення будувати по одному готелю в рік, але незабаром перевиконав власний план. Пізніше дана ідея привела до впровадження і розповсюдження системи франчайзингу. Конрад Хілтон першим зрозумів те, що сьогодні стало загальним місцем в індустрії послуг: справжнього комфорту і ненав'язливого, але усюдисущого сервісу однаково потребують як мільйонери, так і люди з середнім достатком. Причому і ті, та інші готові ради цього зупинятися в одних і тих же готелях. Хілтон закодував це в корпоративному девізі компанії: «Гарантія елітарної розкоші при доступному сервісі високої стандартної якості», що став магічною формулою успіху для масової індустрії готельного бізнесу.

Впродовж всього свого життя він прагнув до постійного вдосконалення стандартів якості, еволюції галузевих методів і застосування власних інструментів ведення справ. Сам він є автором тільки трьох нововведень: першим відкрив об'єкт за кордоном (у Пуерто-Ріко, 1949 р.), першим встановив телевізори у всі номери (1951 р.), першим запропонував сервісні послуги з прямого набору міжміських телефонних номерів (1957 р.). Решта всіх досягнень Хілтона пов'язана не з ноу-хау, а з глобальними поглинаннями. Так, готель Статлера ще в 1908 році задовго до Хілтона став піонером по впровадженню в кожному номері ванних кімнат, дзеркал в повне зростання, телефонних апаратів і радіоточок, ставши зразком для всієї галузі на 40 років вперед. Пізніше Статлер створив власну готельну радіостанцію і ввів центральну систему кондиціонування повітря. Але кінчилося все тим, що в 1954 році Хілтон поглинув всі вісім готелів Статлера, заплативши першопроходцеві $111. Конрад Хілтон першим в готельному бізнесі зрозумів, що багатий клієнт із задоволенням заощадить невеликі гроші на готельному номері і з не меншим задоволенням викине набагато більші гроші в казино при тому ж готелі. В кінці 1960-х він твердо застовпив за собою надзвичайно вигідні місця в такій визнаній гральній мецці, як Лас-Вегас, побудувавши там не зовсім звичайні готелі. У 1979г Конрад Хілтон вмирає у віці 92 років. У 1994 році компанія Hilton відзначає 75 років творчого підходу до бізнесу – діамантові роковини готелю Моблей засновником Конрадом Хілтоном. Цього дня казино на річковому судні відкрило свої двері для широкої публіки, ставши першим закладом такого роду, яке запропонувало послуги у сфері азартних ігор на річці Міссісіпі.

До теперішнього часу Hilton є величезною корпорацією з штаб – квартирою в Беверлі- Хилз (Каліфорнія, США), яка у свою чергу складається з восьми готельних ланцюгів (Conrad Hotels, Doubletree, Embassy Suites Hotels, Hampton Inn, Hampton Inn and Suites, Hilton Hotels, Hilton Garden inn, Homewood Suites by Hilton), що мають власні стандарти обслуговування. У власності і під управлінням корпорації знаходиться понад 2,5 тис. клубів і центрів відпочинку, готелів (понад 500 на 148 000 номерів) на території 75 держав п'яти континентів і близько 2 тис. гральних закладів і букмекерських контор, що мають в своєму розпорядженні більш ніж 600-тисячну клієнтуру в 160 країнах світу. Кількість співробітників — понад 70 тис. чоловік. Фінансовий оборот — близько 9 млрд. фунтів стерлінгів.

Компанія планує істотну експансію в країни Центральної і Східної Європи, та Азії. Розширення діяльності в регіоні проходитиме шляхом укладання угод про управління, а не надання прав власності на готелі. Цей готельний ланцюг, що надає послуги вищої якості, користується популярністю серед спроможних бізнесменів і політичних діячів.

*Корпоративний профіль Best Western International*

Best Western International – найбільша готельна мережа, що включає 4000 готелів в 80 країнах світу. Компанія об'єднує незалежні готелі, що мають власний шарм і високі стандарти сервісу. Best Western залишає право незалежності за готелями по програмах обслуговування гостей, підготовці персоналу, маркетингу і продажах, надаючи консультаційні послуги, підтримку і системи бронювання. У 2006 році компанія відзначила своє шістдесятиріччя. У 1946 році компанія Best Western була заснована М.К. Гуєртіном, отельером з 23-річним стажем в готельному бізнесі. Компанія представляла інформаційний зв'язок між готелями, в якому кожен з готелів подавав консультаційну підтримку іншим. У 1976 році міжнародна мережа включала готелі Мексики, Австралії, Нової Зеландії. У 1979 році в готелях мережі зупинилося 15 млн. гостей і рівень доходів від продажів досяг 1 більйона доларів. У 1981 році Best Western відома як найбільша готельна мережа незалежних готелів. На даний момент компанія має 30 офісів в 4 регіонах миру. З 4000 готелів 2100 знаходиться в США, 1900 – за кордоном (244 готелі в Європі, 309 готелів в Австралії і Новій Зеландії, 85 готелів в Південній і Центральній Америці, 63 готелі в Азії і Сході, 7 готелів в Африці).

*Корпоративний профіль: Starwood Hotels and Resorts*

Американська корпорація Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. є одній з найкрупніших інтернаціональних компаній в індустрії гостинності і відпочинку. Компанія була заснована в 1969 році, але такі бренди як Sheraton Hotels & Resorts, Westin Hotels & Resorts мають більш ніж 60 літню історію. Сьогодні компанія включає порядка 850 готелів і курортів в більше 95 країнах світу, 145 тис. співробітників. Компанія виступає власником, оператором і франчайзодавцем готелів. До брендів корпорації відносяться: Sheraton Hotels & Resorts, Westin Hotels & Resorts, The Luxury Collection, St. Regis, W і Four Points Hotels by Sheraton, Le Meridien, Aloft. Географічно Starwоod представлена практично на всіх континентах: Північна Америка, Європа, Азіатсько-тихоокеанський регіон, Африка і Близький Схід і Латинська Америка.

*Корпоративний профіль: готельна мережа Hyatt.*

Перша власність Hyatt з'явилася в 1957 році в міжнародному аеропорту Лос-анжелеса – Hyatt Hause, власник місцевий підприємець Hyatt Лонде. Протягом наступного десятиліття готелю Hyatt охопили все західне побережжя.

Відкриття в 1967 році готелю Hyatt Regency в місті Атланта, штат Джорджія, допомогло компанії здобути широку популярність у всьому світі. Гості, які в нім зупинялися, були уражені просторим холом атриумного типу двадцяти одне поверхової будівлі, скляними ліфтами і ресторанами, що обертаються, під дахом. Незвичайна архітектура, автором якої був Джордж Портман, кардинальним чином змінила звичні стандарти дизайну і розподілу площ, загальні напрями індустрії мешкання. Запропонована концепція використання атриуму стала викликом для всіх архітекторів готелів, ознаменувавши появу нового тренда – широких просторів для загального користування. Велике фойє і витончені скляні ліфти до цих пір є візитною карткою готелю.

Зараз 215 готелів об'єднано загальним брендом Hyatt, що забезпечують мешкання класу люкс і обслуговування високої якості, цільовим ринком якого є в першу чергу, бізнес-мандрівники. Щоб привернути до себе самих різних клієнтів, Hyatt стратегічно диференціює свої заклади по послугах.

Hyatt Regency Hotels. Готелі цього типу розташовуються в міських бізнес – центах і є готелями категорії «п'ять зірок». Основний продукт компанії.

Hyatt Resorts. Готелі для відпочинку. Розташовуються в найпривабливіших місцях відпочинку, пропонуючи гостям «повний відхід від повсякденних стресів».

The Park Hyatt Hotels. Невеликі європейського стилю готелі класу люкс. Їх цільовим ринком є окремі мандрівники, вважаючі за краще приватність, персоніфіковане обслуговування і явно виражену елегантність невеликих європейських готелів.

The Grand Hyatt Hotels. Зазвичай розташовуються в найпрестижніших і привабливі як для відпочиваючих, так і для проведення конференцій. Вони відображають витонченість і пишність, тут використовуються технології, які роблять їх свого роду витворами мистецтва і проводяться конференції і банкети на рівні світових стандартів.

Ефективний менеджмент, який був характерною межею компанії в перші роки його створення зберігся і понині. Наприклад, для бізнес–мандрівників Hyatt запропонував Hyatt бізнес – план, згідно якому в кожному номері є факс-апарат, цілодобовий доступ до копіювальних пристроїв і принтерів і інші послуги, призначені для задоволення запитів цільових клієнтів – бізнесменів. Hyatt також знаходиться на передньому фланзі в розробці швидших і ефективніших варіантів реєстрації.

*Корпоративний профіль: Carlson Companies*.

Одній з історій досягнення успіху в індустрії гостинності в Америці є діяльність компанії Carlson Companies. У 1938 році підприємець Кертіс Карлсон на зайнятих 50 доларів заснував в місті Міннеаполісе компанію Gold Bond Stamp Company. В кінці 1960 -х років Карлсон і декілька його партнерів спільно придбали 50% акцій в готелі Radisson Hotel в діловій частині міста Міннеаполіса; через два роки він викупив у партнерів їх долі. За двадцять три роки Карлсон створив готельну мережу з двадцяти двох готелів. Колишній президент Carlson Hospitality Йорген Бартельз виявив, що необхідності витрачати власні гроші на розширення немає, оскільки це можна зробити за рахунок франчайзингу. В результаті в готельній мережі Карлсона з'явилося ще 340 готелів Radisson.

Carlson Companies зараз один з лідерів за поданням туристичних, готельних і маркетингових послуг. Carlson Companies об'єднує наступні компанії: Regent International Hotels; Radisson Hotels & Resorts; Park Plaza Hotels & Resorts; Country Inns & Suites By Carlson; [Park Inn](http://www.parkhtls.com/) hotels; Regent Seven Seas Cruises; T.G.I. Friday'sand [Pick Up Stix](http://www.pickupstix.com) restaurants; [Carlson Wagonlit Travel](http://www.carlsontravel.com); [Cruise Holidays](http://www.cruiseholidays.com); [All Aboard Travel](http://www.allaboardtravel.com) ; [Cruise Specialists;](http://www.luxurycruises.com) [Fly4Less.com](http://www.fly4less.com) ; [CruiseDeals.com](http://www.cruisedeals.com) ; [Results Travel](http://www.resultstravel.com); [Carlson Destination Marketing Services](http://www.carlsondestinationmarketing.com); [Carlson Leisure Travel Services](http://www.cltsloyalty.com); SeaMaster Cruises; SinglesCruise.com; CW Government Travel; Carlson Marketing; Peppers & Rogers Group; and Gold Points Reward Network. У корпорації працюють 190 000 чоловік більш ніж в 145 країнах.

Carlson Companies надає послуги підприємств індустрії гостинності по всьому світу. До найбільших готельних компаній, об'єднаних корпорацією Carlson Hotels Worldwide, можна віднести п'ять готельних компаній, що оперують більш ніж 915 організаціями в 69 країнах світу. Компанії охоплюють більшість сегментів готельної індустрії від ексклюзивних послуг до обмеженого набору послуг в готелях на територіях Північної і Південної Америки, Європи, Східної Європи, Африки, Азії.

Розділ 2. Особливості індустрії гостинності країн Азії

2.1 Загальна характеристика туристичної Азії

Азія утворює разом з Європою найбільший материк - Євразію. Межа між Європою і Азією проходить по Уральському хребту, Каспійському, Азовському, Чорному і Мармуровому морям, по Великому Кавказу, протокам Босфор і Дарданелли. Азія сполучена з Африкою Суецьким перешийком, відокремлена від Північної Америки Беринговою протокою. Омивається Північним Льодовитим, Тихим і Індійським океанами і їх околичними морями.

У Азії знаходяться найвищі гірські системи: Гімалаї, Каракорум, Памір, Тянь-Шань, Гіндукуш, Куньлунь, Великий Кавказ, Алтай, Саяни і висока точка Землі - Еверест. Для Азії характерні і найобширніші рівнини - западно-сибірська, Туранська, Велика Китайська, Індо-гангська і Месопотамська. У Азії знаходиться найнижче місце суші - побережжя Мертвого моря в Йорданії і Ізраїлі; найбільше за площею Каспійське море і найглибше озеро Байкал.

Ландшафти континенту надзвичайно різноманітні: арктичні пустелі, тундри і лісотундри на островах Арктики і уздовж побережжя Північного Льодовитого океану; південніше - тайга, змішані широколистяні ліси, степи і лісостеп, напівпустелі і пустелі; у субтропіках Західної Азії - середземноморська рослинність; у Східній і Південно-східній Азії - мусонні ліси; у екваторіальних широтах - багатоярусні заболочені ліси.

Азія – найбагатший континент миру. Надра Азії містять величезні запаси різноманітних копалин: покладу кам'яного вугілля, руд чорних, кольорових і рідкісних металів, багатющі в світі родовища нафти і газу. Здобич, переробка і експорт мінеральної сировини складають основу економіки багатьох країн Азії. Тут успішно розвиваються хімічна і переробна промисловість, всі види машинобудування, електроніка, капітальне будівництво, транспорт, зв'язок і інформатика.

У Азії до наших днів збереглися численні місцеві культи: шаманство (на півночі і сході континенту), поклоніння духам предків. На континенті живуть сотні народів і народностей. У деяких колишніх колоніях продовжують ходіння західно-європейські мови і поширена двомовність. Населення більшості азіатських країн багатонаціональне.

Туризм і відпочинок в країнах Азії надзвичайно різноманітний. Це, перш за все, екскурс в історію. Тут створювалися і рушилися царства, виникали і зникали етноси, перемішувалися мови і говір. Великі азіатські культури Індії, Китаю, Ірану, Близького Сходу багато в чому визначили хід світової історії.

Подорож до Азії – це паломництва і дотик до витоків релігій. Тут виникли три світові релігії - буддизм, християнство, іслам.

Відпочинок в Азії дає можливість доторкнутися до витоків філософської думки, мистецтва і культури континенту. Імена Заратустри, Будди, Лао-цзи, Конфуція, пророка Мухаммеда, Авіценни (Ібн-сини), Омара Хайяма відомі у всьому світі не менше, ніж імена великих завойовників - Чингисхана і Тімура або знаменитих діячів XX в. Махатми Ганді, Мао Цзедуна, аятоли Хомейні.

Туристичні поїздки до Азії своїми очима дадуть уявлення про національні особливості і традиції азіатських країн. Унікальні народні промисли, ремісниче виробництво, особливо в Індії, Індонезії, Ірані, Непалі до цих пір є одній з найважливіших галузей народного господарства. Подорож по великих азіатських річках - Янцзи, Хуанхе, Єнісеї, Олені, Амурі, Меконзі, Інді і Гангу, поїздка на озеро Байкал дадуть уявлення про велич і потужність континенту, його міста і країни, багату флору і фауну.

Обширна географія континенту, велика кількість туристичних напрямів і маршрутів в Азії – це прекрасна можливість вибору повноцінного відпочинку.

2.2 Готельний бізнес в Китаї

2.2.1 Туристичні ресурси Китаю

У Китаї є все: високі гори і нагір'я, низовини і рівнини, уздовж берегів числених морів - порти, пляжі і курортні місця, знамениті монастирі, зокрема легендарний Шаолінь, женьшеневі ферми в провінції Цинхай, численні археологічні розкопки в пустелях Гобі і Такла-макан, альпіністські бази на східних схилах Гімалаїв і Каракоруму. Колосальні "запаси" природних визначних пам'яток - живописне нагір'я Юньнань-Гуічжоуське з безліччю гірських річок, водопадів і глибоких печер, унікальні озера Тайху і Сиху, живописна гора Тайшань (внесена до списку скарбів ЮНЕСКО), Дуньхуанські печери - скарбниця стародавнього буддійського мистецтва, печери Юний Ган, водопад Хуангошу (висота 74 м., ширина 81 м.), карстові печери і "кам'яний ліс" в повіті Ваньшен, печери Рід Флют, Чорного Будди, Нової Води і Дракона біля Гуанси, величні печери Лонггонг і Жіцзін недалеко від Aншуня, а в неозорих степах Внутрішньої Монголії можна побачити стародавнє мистецтво кінних змагань. У лісах Великого Хингана влаштовуються полювання. У Харбіні щорічно проводяться фестивалі крижаної скульптури і можна навіть підкотитися на гірських лижах і ковзанах.

Подорожуючи по стародавньому Шовковому шляху, можна побувати в Синьцзяні, де знаходяться три знамениті каньйони, в Санься на річці Янцзи, на горі Емей і в державному заповіднику Цзючжайгоу. Унікальний по живописності край - річка Ліцзян в Гуйліне і п'ять "священних" гір, багаті красивими місцями. Гора Хуаншань вважається "обличчям китайських гір", а гора Емейшань славиться своїй труднодоступностью і неповторною чарівністю. Для туристів відкрито 99 міст величезного культурно-історичного значення і 750 унікальних культурних пам'ятників, що знаходяться під охороною держави, а також 119 пейзажних місць. Серед них 19 занесені в Список усесвітньої природної і культурної спадщини ООН.

Пекін, що знаходиться на південь від плато Шаньсі, хоч і не найстародавніше місто країни, але один з найцікавіших. Обов'язково варто оглянути "Заборонене місто" - найбільший з тих, що збереглися в світі палацових комплексів імператорського палацу Гугун (Палац старих правителів, XV в.), обнесений середньовічною стіною і буквально насичений історичними спорудами (більше 9 тис. будов). Сьогодні в багатьох приміщеннях відкриті музейні експозиції, виставлені збори імператорських скарбів, колекції годинників, маріонетки, якнайдавніші зразки кольорової кераміки, нефритові вироби, вироби з бронзи, похоронні статуї часів імператора Цинь Шихуана, твори каліграфії, живопис, різьблення і інші вироби прикладного мистецтва. Не менш цікаві одна з найкрупніших площ світу - Тяньаньмень ("площа Воріт небесного спокою", 880х500 м.), "Передні ворота" Цзянмень і ворота Тянаньмень (1651 р.), Літній Палац (Іхеюань, 12 км. від Пекіна), імператорські парки Бейхай ("північне море") і Іхеюань ("парк безтурботного відпочинку"), обнесений двома стінами Храм Неба "Тяньтань" (1420 р.) із знаменитою Хуйінбі ("Стіна повертаного звуку"), "кругле місто" Туаньчен з "павільйоном Відбитого сяйва" Ченгуандянь і "Стіною дев'яти драконовий" Цзюлунбі. Також цікаві храм буддиста Юнхегун (1694-1746 рр.), "храм Конфуція" Кунмяо (1306 р.) на північний схід від парку Бейхай, даоський храм Байюньгуань, мавзолей Мао Цзедуна "Мао чжуси цзиняньтан", музей китайської революції, один із старих мостів в Китаї - Лугоуцяо (Міст Мазко Порожнисто, 1189 р.), Національна галерея, парк Цян-Тан з гробницями 13 імператорів династії Мін і "алеєю тварин" (50 км. на північ від Пекіна), комплекс будівель музеїв Історії Китаю і Історії китайської революції, Парк світу з копіями найвідоміших споруд світу, "підземне місто" часів "Культурної революції" і просто колосальна кількість храмів.

Безліч туристів привертають прекрасні музеї китайської столиці - Пекінський музей природознавства, Військовий музей китайської революції, Музей прикладного мистецтва Китаю в універмазі Байшен, Художній музей Яньхуан, Столичний Музей і множина інших.

Величезна кількість гостей приїжджає до Пекіна, щоб відвідати його нечувано дешеві ринки. Найбільш популярні ринки Шовковий (Ксьюшуї), Перлинний і Яболу (Ябао Луа), магазин "Дружба" на Янгуаменуей, універмаг "Люфтганза" ("Яньша"), а також сотні торгових точок на "головній вулиці Китаю" - Чананцзе.

У 80 км. на північний захід від Пекіна проходять ділянки Бадалін, Мутянью (90 км. на північ) і Симатай (110 км. до півночі-сходу) Великої китайської стіни (II-III вв., загальна довжина близько 6,8 тис. км.). У 200 км. на схід від столиці, на березі Жовтого моря, лежить прекрасне курортне місце Бейдайхе, біля якого до моря виходить східне закінчення Великої стіни. У 17 км. південно-західно Бейдайхе на 52 км. тягнеться знаменитий "Золотий пляж", обрамлений величезними піщаними дюнами. Неподалеку лежать не менш відомі морські курорти Хебей і Кинхуангдао.

У стародавньому місті Сиань знаходиться унікальний музей теракотових фігур воїнів і коней з гробниці імператора Циньшихуана, а біля Чжоукоудянь розташовані внесені до списку культурної спадщини ЮНЕСКО унікальні археологічні ділянки - місце виявлення викопних останків найбільш ранніх форм людини. У Сучжоу налічується більше 100 садово-паркових ансамблів, що добре збереглися, створених багатьма поколіннями імператорських династій. На південний схід від Пекіна знаходяться знаменита живописна гора Тайшань - одна з найбільш шанобливих святинь в з п'яти священних гір даосизму, а також храм Конфуція (478 р. до н. э.) і архітектурно-парковий комплекс резиденції Яньшенгун недалеко від міста Цюйфу з комплексом особняків, що оточують його, і "Лісом Конфуція" - величезним парком з унікальними деревами і стародавнім кладовищем Китаю, що краще всього збереглося.

Розташоване в провінції Шаньси місто Пін'яо було засноване в VII-VIII вв. до н.е. і відомий стародавньою міською стіною (1370 р.) завдовжки більше 6 км., храмом Чженьгоси з дерев'яним павільйоном Ваньфоси (X в.), унікальними храмами Шуанліньси (571 р.) і Цинсюйгуань (657 р.), а також старовинними лавками і безліччю храмів і монастирів. Місто внесене до Списку усесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Ще одне стародавнє місто із Списку усесвітньої спадщини ЮНЕСКО - маленький Ліцзян в провінції Юньнань. Головна визначна пам'ятка міста - викладена різноколірними кам'яними плитами вулиця-площа Сифан - один з центрів Шовкового і Чайного торгових шляхів старовини. Особливу чарівність місту додають сотні струмків і річечок, через які перекинуто близько 1000 мостів, побудованих в різні епохи і в різних стилях, що перетинають його.

У Гуанчжоу, головному місті провінції Гуандун, що протягнулася уздовж побережжя Південно-китайського моря, варто відвідати головний зоопарк країни, музей Гуанчжоу, мечеті Гуантаси і Хуайсенг, пагоду Женхай і храм Шести Смоковниць. Саме місто є відкритою економічною зоною з надзвичайно розвиненою торгівлею і початкуючою інтенсивно розвиватися сферою морських курортів. Довколишній Наньцзін, стародавня (до 1420 р.) столиця країни, славиться широкими бульварами і тінистими деревами, що в умовах достатньої печені місцевого клімату (його часто називають "одна з трьох печей Китаю") перетворює його на своєрідний оазис. Тут збереглися численні середньовічні споруди, зокрема міська стіна епохи Мін (33 км. - щонайдовша міська стіна миру), храми і пагоди, а також мавзолей першого президента Китайської республіки Сунь Ятсена на схід від міста.

Чунцин - одне із стародавніх міст Китаю, його історія налічує більше 3 тис. років. Місто відоме своїми старими, такими, що приліпилися до схилів гори, кварталами, гарячими джерелами, живописними передгір'ями гір Цзіньюньшань і Наньшань, а також довколишніми печерами Улунськимі, лісопарком Цзіньфошань, наскальними барельєфами Дацзу, барвистими водопадами на річці Цзиян в горах Ушань, прекрасною фортецею "Дяоюйчен" в Хечуане, архітектурно-пейзажним ансамблем фортеці Шибаочжай в повіті Чжунсянь, кумирнею Чжан Фея в Юньяне, буддійським монастирем Шуангуйтан в повіті Лянпін і "кам'яним лісом" повіту Ваньшен. У самому місті цікаві Музей "Хун'яньцунь", Меморіальний комплекс жертв гоминьдановских концтаборів, резиденції Чан Кайши, Чжан Чжічжуна ("Гуйюань") і Кун Сянси ("Кун'юань"). Від міста починаються численні річкові круїзи по великій річці Янцзи, до порогів Фулін і "небесним сходам" в повіті Шичжу.

У Гонконзі, найжвавішому глибоководному порту миру, цікаві парк Вікторії на схилі гори, "район плаваючих ринків" Абердін, храм Мен Мо ("Храм Старого Мо"), Центральний ринок, "рай для моряків" Ванчай, будівля Законодавчої ради, англіканський собор Св. Джона, будівля колишньої французької місії, Будинок уряду, прекрасні заповідні парки, площу яких складає близько 40% всієї території міста, зоологічного і ботанічного садів, пляжі Рипалз-бей, Дип-Уотер-бей і Стенлі, а також ультрасучасні будівлі банків і фінансових організацій.

На півострів Коулун, в Тсим Ша Тсуї, знаходиться туристичний центр Гонконгу - тисячі магазинів і барів, Музей Космонавтики, Музей Історії і знаменитий готель Пенінсула, парк "Місто, обнесене стіною" з реліквіями династії Цин, гігантські шахівниці, Сад птахів, оранжереї, експозиція бонсай і інші ландшафтні пам'ятники. Острів Лантау славиться щодо незайманою природою і монастирем По Лінь з його гігантською статуєю бронзового Будди.

Окрема адміністративна одиниця Шанхай - одне з найбільших торгових міст миру. Окрім тисяч торгових установ вулиць Нандзін Донлу, Хуайхай Чжунлу, Жінлін Донлу, Сичуань Бейлу, Цзіньлін Донлу і Нянцзін Силу, а також районів Банд і Френчтаун, тут обов'язково слід оглянути живописну вулицю Сижоу Крик, Старе місто, площа Реньмінь з обширним Шанхайським музеєм, Виставковий Центр Шанхаю, Музей мистецтва і історії, Музей природних наук, сад мандарина Ю (XVI в.), сад Пурпурних Осінніх Хмар, храми Нефритового Будди (Юйфеси) і Ченхуанмяо, а також велична 5-ярусна пагода Лунхуа.

Острів Хайнань, часто званий "гаваї Сходу", - один з кращих курортних районів в Східній Азії. Грандіозні ландшафтні парки і термальні джерела Гуантань і Синлун в Долині термальних джерел, стародавній вулкан Ма Ань, Чи села етнічних меншин і Мяо, океанський парк "Мідл Киндом" - найбільший в Азії океанаріум з екзотичним рибами і морськими тваринами, сад тропічних рослин в Синлуні, і також десятки кілометрів прекрасних пляжів. Кращий курорт острова - Санья, відомий своєю фешенебельністю і відносно високими цінами.

Тибет - самобутній край тисяч монастирів і стародавньої культури. Серцем Тибету вважається Лхаса з десятками буддійських монастирів і храмів, найвідомішим з яких є храм Йокхань, а також палацом Патала (XVII в.) - резиденцією далай-лами, і Парком Тибету Норбулінгка (Норбуг-лінкха, літній житловий палац Далай-лами, в 1994 р. включений в список Усесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО). Паломники, що приїжджають сюди, обов'язково прагнуть відвідати "центр світу" - гірський хребет Кайлаш і резиденцію Панчен Лами в Шигаце, пройти стародавнім Шовковим шляхом через Каракорумськоє шосе на півночі або просто насолодитися прекрасними умовами для треккинга і прекрасних панорам стародавнього Тибету.

Для любителів історії будуть цікаві міста Порт-Артур (Далянь, допуск обмежений), Харбін, столиця Старої Монголії - Гоххот, найвіддаленіший від океану місто в світі, - Урумчи, Лоян з його Сунюе (523 р., найстаріша пагода в країні) і довколишнім монастирем Шаолінь, північні міста Ерхай Лейк, Ліджіянь, "дволикий" Енчжоу, Фенду на священній горі Міншань, "місто примар" Фенду, скарбниця буддійського мистецтва в печерах Могао, місто-пам'ятник і одна зі святинь буддизму - Дацзу, "найкрасивіше місце в Піднебесній" - околиці Гуйліня і Яншо, пам'ятники загадкової цивілізації Шу - Саньсиньдуй або "столиця китайського паркового мистецтва" Сучжоу, а також десятки і десятки не менш цікавих місць.

2.2.2 Характеристика економічних показників туристичної галузі

Отже, Китай туристичний на сьогоднішній день є дуже привабливим для туристів зі всього світу, тут є на що подивитися і з чого дивуватися. Відповідно, туристичний бізнес тут процвітає. Готелі Китаю відрізняються своєю вишуканістю і неповторним стилем. Як повідомили в Державному управлінні у справах туризму КНР, ухвалення державних стандартів "зоряних" готелів в значній мірі сприяло розповсюдженню туристичних стандартів. До теперішнього часу в країні налічується в цілому 12930 "зоряних" готелів, з них 288 п'ятизіркових, 1307 чотиризіркових, 4747 тризіркових, 5928 двозіркових і 660 однозіркових.

За словами представника управління, стандартизація в області туризму зіграла важливу роль в підвищенні якості обслуговування і конкурентоспроможності туристичних підприємств.

За останніми даними Міністерства комерції КНР, в липні 2008 року роздрібний оборот готельного і ресторанного бізнесу в Китаї склав 116,8 млрд. юанів /близько 17,2 млрд. дол. США/, що на 26,5 відс. більше в порівнянні з аналогічним періодом 2007 року, а темпи зростання на 8,5 відс. вищі.

За даними статистики, в січні-липні 2008 року об'єм роздрібного товарообігу в області готельного і ресторанного бізнесу досяг 837,49 млрд юанів, що на 24,3 відс. більше в порівнянні з аналогічним періодом 2007 року і складає 14 відсотків від загального об'єму роздрібного продажу споживчих товарів в країні.

У найближчі три роки Intercontinental Hotels планує побудувати 30 готелів (на 10 000 місць) в азіатському регіоні, приблизно по п'ять готелів в рік. Під цим брендом вже працює понад 35 готелів. Недавно був відкритий готель «InterContinental Hanoi Westlake» у В'єтнамі. У Китаї компанія планує відкрити 24 готелі до 2010 року.

«IHG» недавно відкрила мережі готелів в Гуанчжоу, Вукси і Шанхаї. При цьому «InterContinental Shanghai Puxi» увійде до новоутвореного бренду «BM Plaza». Метою максимізації брендів є створення транс-азійського готельного ринку, лідером якого сподівається стати компанія «IHG». На виставці World Expo Village компанія представила дизайн дев'яти нових готелів.

У дослідницькому звіті агентства "Ernst&Young" про світові тенденції в готельній індустрії мовиться, що в поточному році у всьому світі спостерігатиметься упевнене зростання в готельному секторі, причому як лідери виступають Китай і Індія.

Згідно звіту, зростання найбільших міжнародних готельних компаній очікується на ринках, що розвиваються, зокрема, в Китаї, Індії і країнах Східної Європи. Передбачалося, що проведення ігор Зимової Олімпіади в Італії, Чемпіонату світу по футболу в Германії, а також Ігор країн Британської Співдружності в Австралії, швидше за все, сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємств галузі в цих країнах.

Відомо, що підготовка до Літніх Олімпійських ігор 2008 року, які пройшли в Китаї, послужило додатковим стимулом розвитку національного будівництва.

Отже, в Азіатському регіоні тон задаватиме могутнє зростання в Китаї, де темпи зростання туристичного попиту, як очікується, в два рази перевищать світові показники. Найбільші готельні оператори прагнуть проникнути практично в кожен сегмент китайського ринку. Крім того, в Японії наголошується сплеск активності в будівництві готелів категорії "люкс". В той же час швидке зростання спостерігатиметься на готельному ринку Індії і Австралії.

2.3 Особливості готельного бізнесу Індії

2.3.1 Характеристика основних визначних пам'яток

Нескінченно різноманітна, Індія залишається одній з найбільш затребуваних країн екзотичного туризму.

Величні Гімалаї і таємничий Тибет, священна річка Ганг і тропічні ліси Західних Гат, знаменитий курорт Гоа і "золотий трикутник", численні пам'ятники минулих століть - все це складає національну гордість цієї країни.

Готелі в Індії відповідають європейському рівню. Готелі 4\*+ і 5\* — це світові ланцюжки і іноземний менеджмент, готелі 4\* і нижче належать індійським компаніям або сім'ям.

Природні багатства країни надзвичайно багаті - Гімалаї, священна річка Ганг, тропічні ліси Західних Гат з багатою флорою і фауною. Якщо говорити про курорти, то їх десятки - Індія має щонайдовше в світі побережжя: її з трьох сторін оточують Аравійське море, Індійський океан, Бенгальську затоку. Люди, що цікавляться Реріхом, обов'язково повинні побувати на півночі країни, в Гімалаях.

На території міста Делі знаходяться споруди не менше семи стародавніх столиць. Рекомендують відвідати такі визначні пам'ятки як Червоний Форт, Джама Масджід, Раджів Гхат, Джантар Мантар, храм Лакшмі Нараян, Кутаб Мінар, Індійські Ворота, Будівля Секретаріату, Раштрапаті Бхаван, Будинок Парламенту, Національний музей, Національна галерея сучасного мистецтва, Музей Дж. Неру, Музей національних ремесел, зоопарк, усипальня Сафдарджунга, Велика мечеть, Зал суспільних прийомів Великих Моголів, палац Ранг-махал, Перлова мечеть, башта XII в. Кутб-мінаре, неіржавіюча століттями металева колона - одне з чудес світу.

У Мумбаї (Бомбей) - місті на островах рекомендують відвідати церкву Святого Іоанна, Музей Принца Уельського, собор Святого Томаса, Акваріум Тарапоревала, музей Західної Індії, парк Вікторія Гарднз із зоопарком, печери Канхері з барельєфами II-IX вв., декілька храмів VII в.

На горбах Малабар розташовані живописні Висячі Сади і Парк Камала Неру, храм Махалаксмі, усипальня і мечеть Хаджі Алі, планетарій Неру, острови Елефанта, Національний Парк Крішнагирі Упаван, пляж Манорі Бич, Монплезір, печери Джогешварі і Басейн.

Місто Агра - столиця імперії Великих Моголів, тут знаходиться одне з чудес світу - Тадж Махал, Мавзолей Акбара і величні палаци у Форті Агри, Перлова мечеть (XVII в.), мармуровий мавзолей Джахангрі-Махал, Червоний форт.

Вріндаван - "місто п'яти тисяч храмів", місце, де народився Крішна. Дивовижна архітектура, місце паломництва кришнаїтів всього світу.

Амрітсара - Золотий Храм сикхів, оточений священним водоймищем безсмертя.

Калькутта - музей Індії, технологічний музей Бірла, меморіал Вікторії в парку Майдан, Радж-бхаван (будинок уряду), собор Св. Павла, ботанічний сад.

Національні парки - Казіранга, Джалдапара, Манас, Дачигам. Заповідники птахів Говінд Сагар, Кеолоадео Гана, Канха, Пойнт-калімер, Пулікат, Ведантхангал, Нал Саровар. Заповідники тигрів Сундербанс і Симіліпал. Національний парк Джавхар (вкл. національні парки Бандіпур і Нагархол і заповідники Мудумалай і Ваянад) і інші більш ніж численні природні резервати.

2.3.2 Готельний бізнес і індустрія відпочинку Індії

Готельний бізнес і індустрія відпочинку Індії переживає зараз бурхливе зростання. Доходи галузі складають близько 450 млрд. рупій (8,362 млрд. доларів) щорічно.

Доходи брендових фастфудов і ресторанів оцінюються в 6 млрд. рупій (140 млн. доларів). Цей сегмент ринку динамічно росте, привертаючи таких гравців, як IHC.

На думку фахівців, IHC придбає популярну індійську мережу ресторанів Nirulas і готелі Clarks, які в цьому випадку чекає ребрендинг.

Крім того, IHC планує розширити мережу постачань по повітрю SkyGourmet. Зараз мережа працює в шести містах, планується збільшити їх число до 11, повідомляє портал Indianrealtynews.com.

Мережа готелів Marriott до 2010 року планує відкрити 21 новий готель в Індії. Таким чином, кількість готелів Marriott в країні зросте більш ніж в три рази. Гостям надаватиметься додатково 3,324 номерів - від номерів люкс до кімнат середнього класу.

У плани входить відкриття:

- трьох готелів бренду JW Marriott Hotels & Resorts, а також одного готелю Ritz-Carlton

- готелів Marriott Hotels & Resorts і Renaissance Hotels & Resorts класу люкс

- одного готелю Marriott Executive Apartments, розрахованого на довге перебування

- 8 готелів Courtyard by Marriott як із стандартними, так і з номерами люкс.

В даний час ланцюжок Marriott International має в своєму розпорядженні 6 готелів в Індії, що в цілому складає 1534 номери. Перший готель Marriott International - Goa Marriott Resort на 178 номерів - був відкритий в країні в 1999 році.

Як повідомляють на сайті ExpressHospitality.com, дослідження Ma Foi Employment Survey (MEtS), проведене кадровою службою Ma Foi Management Consultants, показало, що в 2007 році в готельній індустрії Індії з'явилося 6 169 211 робочих місць, а в 2008 році очікувалося зростання до 6 595 879 місць. Тепер кількість нових робочих місць в готельній індустрії перевищила аналогічний показник індійської індустрії інформаційних технологій. По словах К. Пандіа Раджана (K. Pandia Rajan), директора Ma Foi Management Consultants, що управляє, загальне зростання кількості вакансій по країні в 2008 році складе 3,05%, тоді як в готельному секторі очікується зростання на 6,9%. Такі галузі, як охорона здоров'я і інфотехнології, теж продемонструють посилене зростання, але готельний бізнес лідируватиме по числу нових робочих місць.

При цьому в таких секторах, як виробництво харчових продуктів і напоїв, спостерігається уповільнення зростання на 5,64%. По прогнозах Раджана, завдяки попиту, що росте, на послуги готелів до 2011 року в Індії працюватимуть вже близько 40 міжнародних готельних мереж. Також дослідження показало, що в готельному секторі найбільша кількість вакансій для новачків (33,9%). Всього, по прогнозах MEtS, в Індії в 2008 році очікується зростання числа вакансій на мільйон робочих місць — це на 3% більше, ніж в попередньому році.

Готельна мережа Hilton також оголосила про створення спільного підприємства з індійською компанією DLF для розвитку готельної сфери в Індії. DLF є лідером на індійському ринку real estate і займається будівництвом і управлінням офісними, торговими і готельними комплексами. Очікується, що об'єднана компанія побудує в країні 75 готелів протягом 7 років. Готелі будуть представлені наступними брендами, належними Hilton: Hilton Hotels, Hilton Garden Inn, Homewood Suites by Hilton і Hilton Residences.

Частка Hilton в капіталі компанії складає 26%, останні 74% належать DLF. Таким чином, частка готельної корпорації складає трохи більше чверті. Проте, Hilton планує інвестувати в проект до 143 млн. доларів.

Перший етап проекту передбачає споруду 20 готелів в ключових містах країни, включаючи Делі і Калькутту. Більшість з цих готелів будуть представлені під брендом Hilton Garden Inn - готельна торгова марка бізнес - готелів від Hilton з відповідною гаммою послуг. Разом з цим, компанія продовжить займатися пошуком і покупкою землі під будівництво решти готелів.

Також спільне підприємство Indian Hospitality Corporation (IHC) планує витратити 1 млрд доларів на придбання [отелей](javascript:void(0);/*1213864734599*/) і ресторанних мереж в Індії.

Компанія має намір придбати 2 тис. готелів в 17 містах, а також ресторанні мережі. Для цієї мети IHC сформувала спеціальний фонд.

2.4 Готельний бізнес Таїланду

2.4.1 Визначні пам'ятки Таїланду

Таїланд — казкова країна. Повна назва Таїланду — Королівство Таїланд, що в давнину носило назву сіам. Таїланд поєднує в собі величезну кількість пам'ятників історії, первозданної тропічної краси і об'єктів сучасної цивілізації із західноєвропейським комфортом. Таїланд — найпопулярніша з екзотичних країн.

Знаходячись географічно ближче до Китаю, чим до Індії, Таїланд проте в набагато більшому ступені підпав під індійський культурний вплив. Від брахманів прийшли державні церемонії і королівські палацові ритуали. Архітектура, скульптура і живопис аж до XX століття були підпорядковані виключно релігійній тематиці. Архітектори створювали прекрасні храми, в яких встановлювалися бронзові, дерев'яні, кам'яні або ліпні зображення Будди. Сьогодні екскурсія по буддійському храму, де кожен елемент оформлення має глибоке значення, стає дивовижною подорожжю в світ релігійних творінь художників.

Пам'ятники кхмерського періоду (IX-XI століть) – храми У Фаном Рунг і Пхимаї із зображеннями богів і героїв, пізніший монастир Пра Тат Фаном. На південному заході країни до цього періоду відносяться сліди буддійської імперії Двараваті – в Накун Патоме, Кху Буа, Пхонг Туке і Лаво (Лопбурі) збереглися залишки храмів з скульптурами і барельєфами; Чеді Вати Фра в Накхун Сі Таммарат – більш ніж тисячолітні руїни.

У XIII-XV століттях на заході країни з'явилося прекрасне місто Сукхотай – перша столиця тайської держави. В даний час повержене в давнину місто представляє величезний археологічний парк з розвалинами стародавніх храмів серед ставків (Вати Фра Сі Ратану і ін.), усипаних лотосами. Тайська архітектура розвиває традиції буддійських храмів. На півночі, в Чиангмаї, другому за величиною з міст країни, знаходиться монастир Дої Сутер-шріне.

Аюттхая – найкрасивіша стародавня столиця сіаму (XIV-XVIII вв.) лежить в сотні кілометрів на північ від Бангкока. Вона була зруйнована бірманцями. Розвалини незвичайно красиві – казкові храми, витончені башти пагод і ступ у формі квітки лотоса або дзвони з сирої або обпаленої цеглини, прикрашені химерними зображеннями. Колись тут був і знаменитий монастир Вати Пра Сі Санпет, від якого залишилося три буддійських ступа. Храм Вати Чай Ваттанарам під кінець дня представляє магічне видовище. На жаль, багато хто з неповторних храмів був розграбований мисливцями за екзотичними сувенірами. Зараз тут знаходиться історичний парк.

У Бангкоку, заснованому в XVIII столітті на місці рибальського села, немало дивовижних пам'ятників зрілої тайської архітектури. У місті близько 300 храмів. Великий королівський палац, величезний комплекс прекрасних будов (площа 60 га), що налічує більше двох сторіч історії, – зараз музей. Тут знаходиться якнайдавніша королівська резиденція Читралада Вілла. Найбільш вражаюче творіння буддійської архітектури – храм Вати Фра Кео (храм Смарагдового Будди), прикрашений ювелірним різьбленням і статуями. Храм Вати Бенча-мабофіт (Мармуровий храм), побудований на рубежі нинішнього століття, – приклад сучасної буддійської архітектури. Фра Тінанг Пайсан Такшин – храм, що становить частину комплексу старих резиденцій – місце коронації монархів.

Відпочинок в Таїланді — це відпочинок на білосніжних пляжах, потопаючих в тропічній зелені на островах [Пхукет](http://www.ayda.ru/hotels/show_city.php?id=96) і [Самуи](http://www.ayda.ru/hotels/show_city.php?id=100). Відпочинок в Таїланді — це вишукана тайська кухня. Відпочинок в Таїланді — це всесвітньо відомий тайський масаж. Відпочинок в Таїланді — це самобутня культура і традиції, величезна кількість Буддійських святинь і храмів. Відпочинок в Таїланді — це невисокі ціни і розвинена секс-індустрія. Ні з чим не порівняється яскраве нічне життя [Бангкока](http://www.ayda.ru/hotels/show_city.php?id=86) і [Паттайї](http://www.ayda.ru/hotels/show_city.php?id=90).

Готелі Таїланду (починаючи від найдорожчих ексклюзивних до дешевих будиночків-бунгало) незвичайно гармонійно вписані в екзотичну природу країни і знамениті своїм по-східному витонченим сервісом, прекрасним розташуванням і піщаними пляжами. У Бангкоку і Паттайї готелі зазвичай є багатоповерховими комплексами з добре розвиненою інфраструктурою, на островах Пхукет, Самет, Самуй і ін. готелі виконані, в основному, у вигляді бунгало. У Бангкоку, на островах Пукет і Самуї представлені готелі, що належать міжнародним готельним ланцюжкам. Офіційної класифікації готелів Таїланду не існує. Категорії готелів в Таїланді умовні. Готелі 5\* відповідають найвищому європейському рівню, при цьому в Таїланді ціни на готелі значно нижче, ніж в Європі.

Найбільший з островів Таїланду — [Пхукет](http://www.ayda.ru/hotels/show_city.php?id=96) — орієнтований на спокійний відпочинок і відрізняється першокласними готелями. Пейзаж острова складають зелені горби, гаї кокосових пальм, каучукові плантації і побережжя, що розкинулося уподовж, прекрасні пляжі. Тут ідеальне місце для любителів дайвингу.

Хочете опинитися на загубленому краю землі? Відвідаєте острів [Самуї](http://www.ayda.ru/hotels/show_city.php?id=100). Тут на чистісіньких небагатолюдних пляжах Ви зможете скинути з себе вантаж турбот і розслабитися під сонцем.

Таїланд називають «країною усмішок». А все тому, що в очі впадає безліч всміхнених людей. Усмішка на обличчі тайца незмінна — як в радості, так і в горі. Тому, якщо вам доведеться побувати в Таїланді, посміхайтеся, що б не відбувалося. Вас визнають вихованими і такими, що уміє тримати себе в руках людиною.

Якщо, прощаючись з Таїландом, Ви захочете повернутися сюди знову, Вам не слід кидати монети у воду, як це роблять в Європі. Краще купити черепаху, надряпати на її панцирі своє ім'я або ініціали і пустити в ставок біля Мармурового храму в [Бангкоку](http://www.ayda.ru/hotels/show_city.php?id=86). Говорять, бажання в цьому випадку обов'язково збудеться!

2.4.2 Інвестування в готельний бізнес Таїланду

У Таїланді відмічено бум інвестування в готельний бізнес, повідомляє Служба Континентів. Услід за масштабними інвестиціями в туристичний сектор Пхукета у розмірі 102 мільйонів доларів, здійсненими групою "Кингдом Готель", очолюваною саудівським принцом Альвалєєдом бин Талалем, в Таїланді днями з'явився ще один новий гравець. В результаті багатоходової комбінації за посередництва гонконгських і європейських компаній, змінився власник у готелю Роял Мерідієн Яхт Клуб де Пхукет.

Готель відноситься до категорії люкс і розташовується на південному заході країни. Спостерігачі висловлюють припущення, що за операцією стоїть американська інвестиційна компанія "Брати Лемани", яка, мабуть, і стала новим власником готелю. Компанії, що супроводжували операцію, заявили, що інвестор проведе модернізацію готелю, і витратить на ці цілі майже 7 мільйонів доларів протягом півтора років.

Також в Таїланді почалася реалізація найбільшого в Азії проекту будівництва унікального житлового і готельного комплексу класу "суперлюкс". Там буде все, аж до власного аквапарку з штучними хвилями.

"Резорт The Beaches перетворить Таїланд на найбільш популярне в Азії місце відпочинку забезпечених туристів", - заявив на презентації проекту Сувіт Йодмані, міністр туризму і спорту Таїланду.

"The Beaches" розташується на березі моря в провінції Чонбурі, в містечку Бaнг Сарі, приблизно на 15 кілометрів на південь від усесвітньо відомого курорту Паттайя. Тут будуть побудовані житловий і розважальний комплекси класу "суперлюкс". Житловий комплекс включатиме 2 кондоминиума (720 квартир), 5-зоряний готель і вілли прямо на воді, побудовані по образу приватних островів на Мальдівах.

Розважальний комплекс складатиметься з власного аквапарку, трьох штучних лагун з пляжами з білим піском, першого в Таїланді серфінг-парення з штучною хвилею, СПА і фітнес-центра, поля для гольфу і більш ніж 20 магазинів і ресторанів.

Примітно, що ексклюзивне право на продаж нерухомості в "The Beaches" отримали російські бізнесмени, а саме компанія "FARANGRU", зареєстрована в Бангкоку, але що належить росіянам.

Новий готель крупного готельного ланцюжка Hilton розташується в східній частині популярного курорту Паттайі, в півтора годинах їзди від міжнародного аеропорту [Бангкока](http://www.otpusk.com/ref/th/bangkok/) «Суварнабхум». Перших відвідувачів Hilton Pataya прийме в 2010 році.

Готель, орієнтований на «дорогих» бізнес-туристів і спроможних мандрівниках, стане частиною нового пляжного торгово-розважального комплексу Central Festival Pattaya Beach. На території 7-поверхового комплексу загальною площею 240 тыс кв км. розмістяться близько 200 магазинів і ресторанів, десятизального кінотеатру, боулінгу на 25 доріжок і величезний супермаркет.

Вхід в Hilton Pattaya знаходитиметься на нижньому поверсі, а головне лоббі - на сьомому. Над ним підноситиметься 15-поверхова башта, де і розташовуватимуться всі 300 гостьових номерів готелю. Також в готелі буде ресторан-хмарочос на 25 поверсі головної будівлі. Для проведення корпоративних і урочистих заходів Hilton Pattaya оснастять безліччю банкетних, бальних і конференц-залів. Для спорту і відпочинку відвідувачам запропоновані фітнес-клуб, спа і басейн.

Таїланд стає все більш популярним напрямом серед туристів, охочих оточити себе розкішшю під час канікул. Експерти стверджують, що курорти цієї країни відповідають самим різним смакам і потребам мандрівників. Також, вони чудово підходять для мандрівників будь-якого віку. Так, за даними журналу Luxury Travel, сюди приїжджають як сім'ї з дітьми, так і молодята, і любителі полежати на пляжі, і шукачі пригод.

Окрім цього, Таїланд став рекордсменом Азії по кількості готелів класу "бутик", які виявилися найбільш улюблені мандрівниками. До речі, вони зарекомендували себе як одна з найбільш прибуткових для місцевої туріндустрії категорій готелів, радуючи постояльців прекрасним обслуговуванням і великою різноманітністю сервісів. А туристи, що приїхали на острови з дітьми, вважають, що саме в бутик-готелях можна отримати достатню кількість особистого простору і не обтяжуватися навколишньою розкішшю.

Крім того, ця тропічна країна розробила власне вдале поєднання висококласних готелів і SPA- курортів. Вони вже давно стали візитною карткою більшості азіатських держав, що і забезпечує ним таку пильну увагу мандрівників. На думку редакції видання Luxury Travel, цього року бутик-готелі Азії складуть гідну конкуренцію готелям Європи і Південної Америки, які раніше вважалися лідерами в цій області.

Розділ 3. Перспективи світового готельного бізнесу

3.1 Характеристика можливостей розвитку світового готельного бізнесу

Велика кількість інтересів споживачів готельних послуг описує сучасну сегментацію світового готельного ринку і велику кількість готелів. Понад 50% подорожей складають ділові поїздки, близько 40% доводиться на поїздки з метою відпочинку і 10% - на подорожі з іншими цілями. Ця структура споживчого попиту описує і попит на готелі відповідної властивості і спрямованості. Оскільки у ділових людей і бізнесменів спостерігається попит на дорогі готелі високого рівня обслуговування і цей попит досить стійкий, та кількість готелів класу «люкс» і 1 -го класу, розташованих у великих містах, ділових, комерційних, торгових центрах міст, є домінуючим в світовому готельному господарстві. Посеред них більший відсоток складають бізнес-готелі і конгрес-готелі, що мають умови для роботи (для проведення ділових зустрічей, нарад), а також високі комунікаційні здібності. У ділових людей цінності у виборі готелю розподілені таким чином: розміщення готелю - наявність умов для роботи - якість обслуговування - вартість. Готелі, призначені для відпочинку, розваг і екскурсій, складають в процентному відношенні в світовій готельній промисловості приблизно таку ж кількість, але вони відносяться до готелів середнього і економічного класів, готелів-апартаментів і готелів курортного типу. Цінності у виборі готелю для мандрівних з метою відпочинку і розваг розподілені по іншому: вартість - якість обслуговування - наявність умов для відпочинку і велика кількість сервісних послуг - розміщення. Велику кількість інтересів і потреб інших подорожніх (близько 10%) породжує попит на засоби розміщення решти типів (готелі для спортивного туризму, спеціалізовані готелі, зокрема мобільні і т. д.).

В даний час світове готельне господарство налічує близько 350 тис. комфортабельних готелів, що розташовують більш ніж 14 млн. номерів (26 млн. місць). При цьому кількість номерів за останні 20 років на рік зростає в середньому на 3 - 4%, що свідчить про значущу динаміку зростання засобів розміщення туристів. Структура світового готельного господарства правильно відображає туристські потоки і за географічним принципом: чим більше внутрішніх туристів і іноземних гостів в тому або іншому регіоні світу, тим більше засобів розміщення має цей регіон. Навіть не дивлячись на те, що цифрові дані в різних джерелах розходяться (що свідчить про розбіжності в термінології і головних поняттях готельної промисловості, а також про реальну трудність підрахунку), приблизні (усереднені за різними джерелами) дані говорять самі за себе: грандіозність готельної промисловості, стабільність її положення і зростання в часі висувають дану індустрію на одне з передових місць в реальному і майбутньому.

Провідне місце в світовому готельному господарстві займає Європейський континент. На його частку доводиться в середньому близько 70% туристського потоку, відповідно і готельний фонд складає істотно переважаючу частку (близько 45%) світового готельного фонду. Тут не враховується той факт, що в європейських країнах на готельній базі приймається близько половини іноземних гостей, інші туристи приймаються на альтернативній (додатковою) базі, що менш типово для держав решти континентів. Готельний фонд в країнах Європи, не поступаючись власним фаворитним положенням впродовж всієї історії, зростає на рік в середньому на 2 - 2,5% і по темпах зростання поступається іншим континентам.

Американський континент налічує понад 5 млн. номерів, що складає 35% світового готельного фонду. По темпах приросту готельна база континенту випереджає Європу. Третім по потужності континентом є Азія, що має понад 3 млн. номерів (14% світового готельного фонду). Темпи її зростання в 2 - 3 рази перевершують середньосвітові темпи і досягають 15 - 20% в рік, що виводить цей континент по динаміці зростання в сучасні фаворити.

Частка Африканського континенту (близько 0,4 млн. номерів) складає 3% світового фонду, хоча динаміка зростання (10 - 15%) також перевершує середньосвітові темпи. Частка готельного фонду Австралії і Океанії складає також близько 3% і характеризується середньосвітовою динамікою зростання.

Посеред окремих держав фаворитами світової готельної промисловості по потужності бази є: США (близько 3,5 млн. номерів), Японія (1,65 млн.), Італія (1 млн.), Франція, Іспанія, Англія, Китай, Австралія (близько 0,5 млн.), Австрія, Мексика, Канада, Греція (близько 0,3 млн.), Таїланд, Росія, Індонезія, Туреччина (0,15-0,23 млн.), Швейцарія, Бразилія, Аргентина (менше 0,15 млн.

Фаворитами світової готельної промисловості по темпах зростання готельного фонду є такі країни, як Туреччина, Китай, Малайзія, Сінгапур, Марокко, Іспанія, Німеччина, Аргентина. Сучасні комерційні готелі традиційно розташовані в центрі міста або в його діловому районі - в зонах, зручних для цільових груп. Це найбільша група готелів. Вона обслуговує в основному бізнесменів. Але, не дивлячись на це, багато туристських груп, туристи-індивідуали, невеликі конференц-групи знаходять ці готелі привабливими. Раніше комерційні готелі називалися транзитними через недовге мешкання в них в порівнянні з іншими готелями. До послуг гостей в цих готелях - газети, уранішня кава, місцевий телефонний зв'язок, кабельне телебачення і ін. Гості можуть користуватися сплаченою машиною, транспортом з аеропорту, кафетерієм, обіднім залом і ін.

Попередні підсумки розвитку світового туристсько-готельного ринку в 2007 році не виправдали очікування скептиків. Не дивлячись на важку кризу, що уразила гілку після терористичного акту 11 вересня 2001 року в США, загальне число інтернаціональних готельних прибутків в 2007 році склало без малого 715 млн. Це на 22 млн. більше, ніж в 2005 році, і практично на 19 млн. перевершує рекордний показник 2000 року, причому фаворити залишилися незмінні. При цьому, по оцінках глобальної Туристської Організації (ВТО), на долю інтернаціональних туристських прибутків доводиться біля третини світового туристського ринку, величезну частину якого складає внутрішній туризм. Конкретно на його розвиток зробили ставку в процесі виходу з кризи багато країн, в першу чергу США.

Попередні підсумки 2007 року констатують значущі конфігурації на карті глобальних готельних потоків. Європа міцно утримує перше місце, але Азіатсько-тихоокеанський регіон зрушив Америку на другу позицію (див. табл. 3.1, 3.2). Міжнародні готельні прибутки в африканські і близькосхідні країни обганяють загальносвітові темпи зростання інтернаціональних готельних прибутків, але їх базисний рівень залишається поки низьким.

Таблиця 3.1

Міжнародні готельні прибуття (млн. чіл.)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2000 | 2001 | 2003 | 2005 | 2007 |
| В світі | 456,8 | 551,7 | 696,1 | 692,9 | 714,6 |
| Європа | 282,2 | 324,2 | 402,8 | 401,4 | 411,0 |
| Північна Європа | 29,1 | 37,6 | 44,1 | 41,5 | 42,5 |
| Західна Європа | 113,8 | 116,7 | 141,2 | 138,9 | 141,4 |
| Центральна / Східна Європа | 43,8 | 67,1 | 76,8 | 78,0 | 81,1 |
| Південна Середземноморська Європа | 95,5 | 102,7 | 140,7 | 143,0 | 146,1 |
| Азія і Тихоокеанський регіон | 57,7 | 85,6 | 115,3 | 121,0 | 130,6 |
| Північно-східна Азія | 28,0 | 44,1 | 62,5 | 65,6 | 73,4 |
| Південно-східна Азія | 21,5 | 29,2 | 37,0 | 40,1 | 41,7 |
| Океанія | 5,2 | 8,1 | 9,6 | 9,4 | 9,6 |
| Південна Азія | 3,2 | 4,2 | 6,1 | 5,8 | 5,9 |
| Американський регіон | 92,9 | 108,9 | 128,3 | 121,0 | 120,2 |
| Північна Америка | 71,7 | 80,5 | 91,2 | 85,0 | 85,3 |
| Кариби | 11,4 | 14,0 | 17,2 | 16,9 | 16,4 |
| Центральна Америка | 1,8 | 2,6 | 4,3 | 4,4 | 4,8 |
| Південна Америка | 7,9 | 11,8 | 15,5 | 14,7 | 13,6 |
| Африка | 15,0 | 20,0 | 27,0 | 27,7 | 28,7 |
| Північна Африка | 8,4 | 7,3 | 10,1 | 10,6 | 10,1 |
| Тропічна Африка | 6,6 | 12,7 | 17,0 | 17,1 | 18,6 |
| Близький Схід | 9,0 | 13,1 | 22,7 | 21,8 | 24,1 |

Азіатсько-тихоокеанський регіон багато фахівців вважають готельним напрямом майбутнього. Фаворитом тут стала Північно-східна Азія, де зростання даного показника склало практично 12% (зокрема на 21% зросли в'їзні турпотоки до Гонконгу, на 12% - в Макао, на 11% - до Китаю, на 10% - до Японії). Більш ніж на 6% знизилося число прибутків Індії, тоді як в Ірані, на Мальдівах і Шрі-Ланці характеристики зростання інтернаціональних туристських прибутків істотно перевершують середні, що підтверджує дієвість їх готельної стратегії.

Таблиця 3.2

Міжнародні країни-фаворити в області можливих готельних прибытий (млн.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Міжнародні потенційні готельні прибутки | Місце | 2007 | 2008  (прогноз) | Зростання (%) 2008/2007 |
| Франція | 1 | 75,2 | 76,7 | +2,0 |
| Іспанія | 2 | 50,1 | 51,7 | +3,3 |
| США | 3 | 45,5 | 45,4 | -0,1 |
| Італія | 4 | 39,1 | 39,49 | +1,0 |
| Китай | 5 | 33,2 | 36,8 | 11,0 |

Розвиток масового туризму, в першу чергу внутрішнього туризму, породжує попит на засоби розміщення, розташовані ближче до природи (заміські готелі і туркомплекси, приватні пансіонати, туристські села і т. д.) і дешевші, але з досить широким набором послуг. Споживчий попит на внутрішні і міжнародні тури розподілений таким чином: масовий туризм і його розвиток обумовлюються до цього всього внутрішнім туризмом в кожній з держав; кількість інтернаціональних подорожей на порядок менше кількості внутрішніх подорожей.

Висновок

Сьогодні індустрія гостинності є щонайпотужнішою системою господарства регіону або туристського центру і важливою складовою економіки туризму. Індустрію гостинності складають різні засоби колективного і індивідуального розміщення: готелі, готелі, мотелі, молодіжні хостели і гуртожитки, апартаменти, туристські притулки, а також приватний сектор, що бере участь в розміщенні туристів.

Сервіс потрібно будувати не тільки за принципом попиту (що хоче гість), але і за принципом пропозиції (готель пропонує нові послуги, які може надати, а гість вибирає).

Активне і раціональне застосування стандартів (в першу чергу, міжнародних) дозволяє забезпечити необхідну якість продукції і послуг, організувати відлагоджений і безперервний технологічний процес, а також приводить до подолання технічних бар'єрів на зовнішніх ринках, розширенню бази виробничої співпраці із зарубіжними партнерами, встановленню більш високого рівня цін на продукцію і послуги і підвищує рівень конкурентоспроможності російських підприємств на світовому ринку.

Досить яскравий калейдоскоп вражень від мандрів складуться у вас після подорожі по азіатському континенту. Азія – найобширніший континент, займає 30% поверхні землі, і найщільніше заселений – тут живе 60% всього людства.

Туризм і відпочинок в країнах Азії надзвичайно різноманітний. Це, перш за все, екскурс в історію. Тут створювалися і рушилися царства, виникали і зникали етноси, перемішувалися мови і говір. Великі азіатські культури Індії, Китаю, Ірану, Близького Сходу багато в чому визначили хід світової історії.

Подорож до Азії – це паломництва і дотик до витоків релігій. Тут виникли три світові релігії - буддизм, християнство, іслам.

Відпочинок в Азії дає можливість доторкнутися до витоків філософської думки, мистецтва і культури континенту. Імена Заратустри, Будди, Лао-цзи, Конфуція, пророка Мухаммеда, Авіценни (Ібн-сини), Омара Хайяма відомі у всьому світі не менше, ніж імена великих завойовників - Чингисхана і Тімура або знаменитих діячів XX в. Махатми Ганді, Мао Цзедуна, аятоли Хомейні.

Сьогодні Азія займає лідируючі позиції у світовому готельному бізнесі. Найвідоміші готельні мережі інвестують значні кошти на власне розширення в цьому регіоні. Багато експертів пророкують розвиткові готельного бізнесу в Азії успішне майбутнє та процвітання.