

УДК 338.48

Ненашева А.А.¹

Журавльова С.М.²

¹студ. гр. МТУ-114м ЗНТУ

²канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК МЕРЕЖЕВИХ ГОТЕЛІВ НА СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

Індустріалізація сфери готельних послуг, а також процеси глобалізації та інтеграції, характерні для світової готельної індустрії в даний час, висунули на провідні позиції великі, відмінно організаційно, технічно і технологічно оснащені готельні мережі, які об'єднують тисячі готелів по всьому світу. У зв'язку зі стрімким розвитком міжнародних готельних мереж, їх дедалі більшим впливом на стан готельної індустрії та світової економіки в цілому.

Аналіз етапів розвитку переваг та недоліків міжнародних готельних мереж, а також визначення актуальних тенденцій розвитку міжнародних готельних мереж на світовому туристичному ринку.

Готельна мережа – це група готелів, що мають загальне керівництво, концепції просування продукту через системи управління і розподілу готельного фонду. Це складна багаторівнева система, що складається з різних підприємств готельної галузі і характеризується їхнім стратегічним співробітництвом як основною властивістю даної системи. Зародження концепції міжнародної готельної мережі, що базується на принципі використання іміджу торгової марки для просування готельного продукту як на внутрішньому, так і на зарубіжному ринках, відбулося лише в повоєнний час в кінці 1950-х рр. у Північній Америці. Перша міжнародна готельна мережа «Hilton» зобов'язана своїм створенням американської авіатранспортної компанії «Pan American». Масовий розвиток міжнародні мережеві компанії придбали тільки з посиленням процесів глобалізації світової економіки.

Основні переваги готельних мереж, що забезпечують стрімкий розвиток і успіх мережевих компаній в готельному бізнесі, зводяться до наступного:

- бренд, відомий і сприймається споживачами готельних послуг як гарантія якості, дозволяє уникнути високих витрат на розвиток і просування нової мережевої марки, без особливих зусиль залучити і зберегти клієнта;

- стандартизація продукту, уніфікація систем управління і підготовки кадрів збільшує набір додаткових послуг, забезпечує кращу заповнюваність і підвищує ефективність і рентабельність учасників мережі;

– низькі витрати в порівнянні з незалежними готелями на закуповувані витратні матеріали, інженерне обслуговування, декораторів, рекламу і маркетинг готельних послуг, зумовлені масштабом закупівель, а отже, економією в ціні, а також розподілом витрат на всі готелі мережі;

– єдина система бронювання. Однак, незважаючи на незаперечні переваги функціонування мережевого готельного бізнесу, незалежні готелі, які як і раніше становлять значний сегмент світового ринку готельних послуг, виграють за рахунок використання специфічних особливостей свого місця розташування, можливості вільно привносити елемент унікальності в сервіс, інтер'єр і управління.

Готелі, що входять у міжнародні готельні мережі, обмежені в цьому, оскільки прагнення до повторення позитивного досвіду та іміджу у всіх готелях мережі, тиражування опробованих методів роботи, стандартизація готельного продукту, з одного боку, спрощують процес підготовки персоналу, контроль за якістю послуг і управління готелем в цілому, а також дозволяють задовольняти запити широкого кола споживачів, але з іншого – неминуче тягнуть «усереднення» готельного продукту. До того ж через складність структури мережевої компанії виникають труднощі з ефективним контролем, що виражається у втраті гнучкості управління, неоперативності прийняття рішень.

Становлення і розширення міжнародних готельних мереж обумовлено розвитком світового ринку готельних послуг і відображає загальну тенденцію до глобалізації та транснаціоналізації економіки. Мережеві форми організації готельного бізнесу поступово займають провідне місце серед різних форм господарювання систем. Варто відзначити, що сучасні міжнародні готельні мережі як один з найприбутковіших елементів індустрії туризму та гостинності знаходяться в пошуку оптимальних варіантів ефективного розвитку. Безсумнівно, майбутнє індустрії гостинності – за найбільш ефективним способом ведення господарства в готельному бізнесі – міжнародними готельними мережами.