

УДК 339.92

Віндюк К.А.¹

Віндюк А.В.²

¹ студ. гр. МТЕз–419м НУ «Запорізька політехніка»

² д-р пед. наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ СВІТОВИХ ГОТЕЛЬНИХ ЛАНЦЮГІВ

Готельний ланцюг як форма ведення бізнесу вперше виник у США в роки закінчення Другої світової війни. Історія готельних мереж бере свій початок з 50-х років XX століття. Тенденція створювати готельні об'єднання набула бурхливого розвитку у США, хоча першим готельним ланцюгом у світі прийнято вважати європейську мережу «Cesar Ritz». Спочатку кількість готелів, що входили до складу ланцюгів, становили відносно невелику частину від загальної кількості підприємств індустрії гостинності США. Протягом 1950 – 1960-х років почали свою діяльність найбільші готельні ланцюги світу та були впроваджені перші готельні стандарти обслуговування клієнтів.

Бурхливий ріст ланцюгів відбувся після того, як головні готельні ланцюги: Statler, Hilton і Sheraton – почали стрімко розвиватися. Першим міжнародним готельним ланцюгом вважається Hilton, який зобов'язаний своїм створенням американській авіатранспортній компанії «Pan American». Оскільки в країнах Латинської Америки, куди літаки компанії здійснювали перельоти, не було готелів того рівня, яким звикли користуватися американські бізнесмени, виникла ідея побудувати в цих країнах готелі з однаковим рівнем послуг відповідного класу. Наприклад, готель Hilton в Пуерто-Ріко за сервісом не повинен був відрізнятися від готелю Hilton в Нью-Йорку. Вже до 1964 р. компанія Hilton International керувала 29-и готелями в 22-х країнах світу. Проте у цьому ж році відбулися значні зміни: корпорація вийшла з ланцюга Hilton Hotels Corporation, ставши самостійною

компанією. Як результат, Hilton Hotels Corporation зберегла право на користування назвою Hilton в США, а Hilton International – за їхніми межами.

З 1950-х рр. в організаційній структурі управління готелями у світовій готельній індустрії утвердилися різні моделі організації готельної справи.

Перша модель – модель Ритца, пов'язана з ім'ям швейцарського підприємця Цезаря Рітца. Основна ставка в цих готелях робилася на європейські традиції вишуканості й аристократизму.

Інша модель пов'язана з ім'ям американського підприємця Кемансі Уільсона (готельний ланцюг «Holiday Inn»). Модель відрізняється більшою гнучкістю в задоволенні потреб клієнта у поєднанні з додержанням досить високих стандартів обслуговування. Американська модель організації та управління готельним бізнесом якомога краще відповідала вимогам післявоєнного світового ринку. В умовах ненасиченого споживчого попиту американські компанії зробили ставку на поточно-масове виробництво готельних послуг. Вони поширили свої готельні ланцюги далеко за межами рідної країни. Цьому сприяла слабка конкуренція з боку місцевих готельних компаній.

У 80-ті роки американська модель почала давати збій. Зниження її ефективності було пов'язано в першу чергу зі зміною характеру споживчого попиту, що стався з насиченням світового ринку стандартизованої продукцією американського масового виробництва. Попит став диференційованим. Для його задоволення треба було налагодити виробництво продукції високої якості, в широкому асортименті. Для багатьох туристів стандартизоване розміщення перетворилося з переваги в недолік.

Основні вимоги в готельних ланцюгах, організованих за цією моделлю, такі:

- єдність стилю (архітектура, інтер'єр);
- єдність позначень і зовнішньої інформації;
- просторий і функціональний хол;
- швидкість реєстрації клієнтів;
- номери, передбачені для постійних клієнтів;
- сніданок «шведський стіл»;
- наявність конференц-залу;
- гнучка система тарифів;
- єдине управління, маркетинг і служба комунікації.

Третя модель – незалежні готельні ланцюги (наприклад, «Best Western»). У цьому випадку під єдиною торговельною маркою з'єднуються готелі, що дотримуються певних стандартів і надають певний набір послуг незалежно від країни розташування.

Десятку найсильніших відомих готельних гігантів утворюють: Intercontinental Hotels Group (IHG), Hilton Worldwide, Marriott International,

Wyndham Hotel Group, Accor Group, Choice Hotels International, Starwood Hotels and Resorts, Best Western, Home Inns (+Motel 168), Carlson Rezidor Hotel Group тощо. В даний час для розвитку світової готельної індустрії характерна централізація та інтеграція управління. Практично всі готельні ланцюги світу, незалежно від їхнього рейтингу, зазнаючи на собі постійний тиск жорсткої конкурентної боротьби, шукають будь-які можливості для збільшення свого потенціалу.