

УДК 338.488.2

Олеся Цымбалист (Украина, Одесский национальный экономический университет)

Olesia Tsymbalist (Ukraine, Odessa national economic university)

Научный руководитель: Бортник Л.В.

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА THE ROLE OF INTERNATIONAL HOTEL CHAINS IN MODERN HOSPITALITY INDUSTRY

Глобализация стала важной характеристикой современной мировой системы, одной из наиболее влиятельных сил, определяющих ход развития нашей планеты. Согласно сущности глобализации, ни одно действие или процесс, происходящие в обществе (экономический, политический, социальный) нельзя рассматривать обособленно. Глобализация международных отношений – усиление взаимозависимости и взаимовлияния различных сфер общественной жизни и деятельности в области международных отношений. Она касается практически всех сфер общественной жизни, включая экономику, политику, культуру, экологию, безопасность. Среди ведущих отраслей мира гостиничная индустрия является одной из самых быстрорастущих в мире. Только на протяжении второй половины XX в. в этой области произошли кардинальные сдвиги, изменившие понимание гостиницы как только места для ночлега и вывели гостиничный сегмент на передовые позиции составляющих туристической отрасли.

В структуре мирового гостиничного бизнеса можно выделить два сегмента – независимые предприятия и операционные цепи. Независимое предприятие находится в независимом владении, распоряжении и пользовании владельца, который получает прибыль от этой собственности. Гостиничная цепь представляет собой группу гостиниц (два и более), имеющих общие руководство, концепцию продвижения продукта и торговую марку [1].

Основные характеристики гостиничных цепей сводятся к следующему: схожесть в территориальном расположении; единство стиля (архитектура и интерьер); единство обозначений и внешней информации; просторный и функциональный холл; единство и быстрота регистрации клиентов; завтрак «шведский стол»; наличие конференц-зала; гибкая система тарифов; единые управление, маркетинг и служба коммуникаций.

Существуют два основных вида гостиничных цепей: интегрированные цепи, которые созданы из однородных единиц, и гостиничные консорциумы, которые объединяют независимые отели.

Интегрированные гостиничные цепи производят и продают продукт, который последователен и однороден. Они управляются прямо или косвенно через франчайзинговую систему или по контракту на управление. Согласно договору франчайзинга одна сторона (франчайзер) передает другой стороне (франчайзи) право использовать свою торговую марку, ноу-хау и операционные системы за вознаграждение.

Контракт на управление предусматривает профессиональное управление гостиницами на данном сегменте рынка. Контрактные цепи имеют три основные разновидности по взаимоотношению между владельцем гостиницы и гостиничным оператором:

а) владелец передает оператору полное право на управление собственностью и отказывается полностью от вмешательства в процесс управления, получая лишь итоговый чистый доход от гостиничной деятельности; оператор при этом несет ответственность за финансовые и операционные риски в своей деятельности;

б) владелец оставляет за собой право вмешательства в процесс управления путем контроля за деятельностью, но при этом производя все операционные расходы по управлению и оплате всех операционных и финансовых рисков, вытекающих из его права собственности; оператор, однако, тоже несет некоторую долю ответственности за исход своей деятельности в той части, которая оговаривается в контракте;

в) владелец достаточно плотно контролирует деятельность управляющей компании (оператора), но при этом освобождает ее полностью от ответственности за исход гостиничного бизнеса, за исключением умышленных случаев и случаев грубой неосторожности [2].

Главной целью, которую преследуют независимые гостиницы при объединении в консорциумы, является проведение совместного маркетинга для увеличения доходности своих предприятий, снижение издержек при совместных централизованных закупках, проведение совместного отбора кадров и их тренинга.

В мире сложилось более 300 гостиничных цепей, вышедших за рамки национальных границ. На их долю приходится более 7 млн. номеров (более 50% мирового гостиничного фонда). По данным MKG Hospitality по состоянию на 1 января 2013 года крупнейшими гостиничными цепями являются InterContinental Hotels Group (IHG), Hilton Worldwide, Marriott International, Wyndham Hotel Group, Choice Hotels International, Accor, Starwood Hotels and Resorts, Best Western, Home Inns, Carlson Rezidor Hotel Group [3].

На наш взгляд, сетевая форма ведения бизнеса в индустрии гостеприимства является весьма перспективной. Ее основными преимуществами являются: формирование бренда гостиницы, единая система бронирования, масштабные рекламные кампании, доступ к новым технологиям и технике, возможность покупки товаров по оптовым скидкам, система контроля за качеством обслуживания, специальная система обучения персонала, возможность переливания капитала между гостиницами, входящими в состав цепи. Присоединение к гостиничной цепи позитивно влияет на деятельность гостиницы. Мировой опыт показывает, что доход от одного номера, который принадлежит гостиничной цепи, в семь раз больше, чем для независимой гостиницы. Формирование гостиничных цепей позволяет продвигать на мировой рынок гостиничных услуг высокие стандарты обслуживания, а также способствует поддержке гостиничного обслуживания туристов.

Список использованных источников

1. Бортник Л. В. Розрахунок економічного ефекту від головних конкурентних переваг готельних ланцюгів / Л. В. Бортник // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. – 2011. – № 3 (128). – с. 26-33.
2. Кусков А. С. Гостиничное дело: Учебное пособие. – М.: Дашков и Ко, 2009. – 328 с.
3. World Ranking 2013 Of Hotel Groups And Brands [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hospitalitynet.org/news/4060119.html>