

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

(повна назва кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування Управління готельним та ресторанним бізнесом (назва магістерської програми)

на тему: **«СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ»**

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Лисецька Карина Вадимівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н. доцент

Шикіна Ольга Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2021

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Стратегічні альянси, які були відомі ще у XVIII та XIX ст., набули деякого поширення у глобальній економіці протягом XX століття, проте лише в останні десятиліття набули значного розвитку. Умовою і середовищем формування, функціонування й експансії стратегічних альянсів стала глобалізація економіки, а їхніми головними суб'єктами є транснаціональні корпорації. За даними американських дослідників, із середини 1980-х років кількість стратегічних альянсів у світі щорічно зростала більш ніж на 25%.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи полягає в тому, що події останніх років ставлять перед готельною індустрією України завдання пошуку резервів для підвищення ефективності роботи готелів у період постійної турбулентності. Створення стратегічного альянсу готельної сфери України могло б допомогти вирішити такі питання, як підвищення завантаження готелів членів альянсу, підвищення якості обслуговування за рахунок організації курсів, створення стандартів, розробок "ноу хау", витіснення з ринку готельних послуг України глобального сайту бронювання Booking.com та інш.

Питання функціонування стратегічних альянсів є предметом дослідження таких вчених, як Бобина М. [1], Владимірова І.Г. [2], Гаррет Б. [5], Дручевска Л.Е. [6], Карпухіна Е.А. [7], Махова Г.В. [11], Ноздрєва Р.Б. [14], та інші.

Мета кваліфікаційної роботи є розгляд економічної доцільності розробки стратегічного альянсу готелів на території України.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- визначити поняття стратегічний альянс;
- виявити переваги і недоліки співробітництва у стратегічних альянсах;
- розробити класифікацію стратегічних альянсів;
- визначити особливість стратегічних альянсів в готельному господарстві;
- оцінити досвід існування стратегічних альянсів в готельному господарстві;
- навести методи оцінки діяльності стратегічних альянсів;
- розробити проект стратегічного альянсу на території України;
- навести економічне обґрунтування утворення запропонованого альянсу.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес утворення стратегічних альянсів як перспективного напрямку розвитку підприємств готельного господарства.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є науково-практичні питання функціонування стратегічних альянсів у готельному господарстві.

Методика дослідження роботи є діалектичний метод дослідження явищ та процесів у їхньому взаємозв'язку і розвитку. Для досягнення мети та розв'язання визначених завдань кваліфікаційної роботи використано такі загальнонаукові методи: абстрактно-логічний (для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять, формування висновків); системний аналіз (для аналізу стратегічних альянсів готельного бізнесу); графічний (для наочного представлення статистичних даних); табличний та групування (при аналізі класифікації

стратегічних альянсів); конструктивний та експериментальний (оцінка результатів запропонованого заходу створення стратегічного альянсу).

Інформаційна база дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання, дані статистичної та внутрішньогосподарської звітності готельних підприємств.

Не зважаючи на наявність публікацій, стратегічним альянсам, досить мало уваги приділено розвитку стратегічних альянсів готельного бізнесу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для удосконалення діяльності підприємств готельного господарства.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (55 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 66 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 61 сторінці. Робота містить 13 таблиць, 5 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано:

- **Лисецька К.В.** Стратегічні альянси як перспективний напрямок розвитку підприємств готельного господарства / К.В. Лисецька, О.В. Шикіна // Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (м. Одеса, 21 жовтня 2021 року). – Одеса: ОНЕУ, 2021. – 177 с. – С. 150-154.
- **Лисецька К.В.** Маркетингова стратегія розвитку готелю «Hôtel de Paris Odessa MGallery by Sofitel» / К.В. Лисецька // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 14 квітня 2021 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2021. – 625 с. С. 466-469.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки.

1. Нами було проведено аналіз наявних джерел, щодо визначення стратегічний альянс. Було виявлено, що єдиного вірного тлумачення не існує, але найпоширенішим є підхід, що стратегічним альянсом називають форму співробітництва господарюючих суб'єктів. Основними ознаками стратегічного альянсу є:

- існування на основі довгострокової формальної (з утворенням або без утворення юридичної особи) або неформальної угоди про партнерство;
- залучення двох або більш організацій;
- можливість роботи з будь-якими видами власності;
- об'єднання партнерів або конкурентів (як потенційних так і дійсних);
- розташування сторін в одній або декількох країнах;

- збереження юридичної самостійності і господарської незалежності;
- спрямованість на реалізацію певних спільних стратегічних цілей, пов'язаних із місією кожного з учасників, посилення конкурентних переваг, підвищення ринкової активності, комерціалізацію результатів;
- базування на частковому об'єднанні зусиль і коштів, праві контролю в частині, передбаченій угодою, поділі отриманих від взаємодії вигод;
- більш ефективне спільне використання специфічних і/або дефіцитних активів (у тому числі високоспеціалізованих досвіду, знань, технологій);
- поділ усіх видів ризиків, у тому числі стратегічних, координацію стратегічного управління і планування з можливістю зміни первісних умов.

2. В організації роботи стратегічних альянсів існують свої переваги та недоліки. До переваг можемо віднести можливість доступу до так званого «ноухау» партнера по альянсу; доступ до різного роду ресурсів, які надає альянс; можливість економити на витратах за рахунок ефекту співпраці; отримання функціональних переваг на новому ринку; здатність впоратися з поставленими проблемами швидше та з витратами менших ресурсів; отримання переваг від синергії; швидка адаптивність до зовнішніх факторів. До недоліків можемо віднести утрату переваг за рахунок розподілу всіх навичок, знань, умінь, ресурсів серед партнерів по альянсу; питання зниження репутації за рахунок партнерства з недоброчесним партнером; утрата автономії; утрата стабільності; міжальянсова конкуренція; затримка у прийнятті рішень та ін.

3. Єдиного підходу до класифікації стратегічних альянсів немає, але з існуючих пропозицій ми відокремили розподіл за функціями, за галузями, за кількістю учасників, за характером конкурентної поведінки, за терміном дії альянсу. Розглядаючи інший підхід відокремлюють стратегічні альянси конкурентні, позиційні, ресурсні та управлінські. Третій підхід повністю базується на питанні чи приходяться члени альянсу один одному конкурентами. Підхід розподілу стратегічних альянсів за видами, типами та формами.

4. Розглядаючи причини появи стратегічних альянсів в готельному бізнесі слід виділити ті, що націлені на зменшення негативного ефекту від функціонування в даній сфері, а саме – зниження ризиків і витрат, пов'язаних з виходом на новий ринок та подолання законодавчих і торгових бар'єрів. А також звернути увагу на причини, що пов'язані з синергетичним ефектом, тобто вилучення економії на масштабах виробництва; збільшення діапазону операцій; звернення надлишкової виробничої потужності в прибуток; зниження витрат при скороченні операції; заповнення прогалів в існуючих ринках і технологічній базі; прискорення розробки і початку виробництва нової продукції.

5. Динаміка і масштаби новостворюваних стратегічних альянсів в останні роки збільшується, що пояснюється перспективністю і взаємовигідних такої форми співпраці в готельному бізнесі. Процес глобалізації набирає значних обертів, і на практиці показує, що за такою формою ведення бізнесу стоїть багатообіцяюче майбутнє, яке дозволить як незалежним готелям, так і інтегрованим мережам повному поглянути на конкурентну боротьбу в світовому масштабі. До найвідоміших стратегічних альянсів готельного господарства можемо віднести «The Leading Hotels of the World», «Small Luxury Hotels of the World», «Historic Hotels of Europe», «Best

Eastern Hotels», «The Small Leading Hotels of the World», «Luxury Alliance», «The Leading SPAs of the World», «Global Hotel Alliance» та інш.

У топ-10 стратегічних альянсів готельного бізнесу потрапили об'єднання з США, Франції, Великобританії, Іспанії, ОАЕ та Росії. Перше місце за кількістю готелів у 2020 році займав «Best Eurasian Hotels», що був утворений у 1998 році. На сьогоднішній день у цьому альянсі більше 3700 готелів, розташованих в різних в 300 містах Росії, країн СНД і Балтії.

6. Методики оцінки ефективності діяльності стратегічного альянсу, як і любого лінійного менеджера розподіляються на управління по цілям – оцінюється досягнення в діяльності поставлених цілей; ключові показники ефективності – оцінюється виконання встановлених значень найважливіших показників та збалансована система показників – заснована на оцінці причинно-наслідкових зв'язків між цілями різних суб'єктів і оцінює внесок кожного в досягнення загальних результатів діяльності стратегічного альянсу.

7. Наведено пропозицію щодо утворення стратегічного альянсу «Ukrainian hotel alliance». Функціонування альянсу надасть змогу збільшити кількість обслугованих осіб, що в свою чергу призведе до збільшення доходів в бюджет, які будуть направлені на подальший розвиток альянсу та інших галузей економіки.

8. Розрахунок ефективності створення стратегічного альянсу «Ukrainian hotel alliance» показав, що вже за перший рік роботи у складі 13 готелів при розрахунку отриманих коштів від бронювання через систему альянсу вже можна буде очікувати отримання прибутку та резервних коштів на розвиток альянсу у рамках всієї країни. Додамо, що такі учасники альянсу, як заклади вищої освіти будуть залучені через договори про співробітництво, які не передбачають оплату закладам вищої освіти, але мають на увазі допомогу ЗВО у організації дуальної форми освіти, що стає важливим кроком на шляху до конкурентних переваг ЗВО на ринці залучення абітурієнтів.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи функціонування стратегічних альянсів» проаналізовані теоретичні підходи до трактування поняття «стратегічний альянс», наведено переваги та недоліки співробітництва у стратегічних альянсах, та розглянуто існуючі класифікації стратегічних альянсів.

У другому розділі «Дослідження функціонування стратегічних альянсів в готельному господарстві» розглянуто особливості стратегічних альянсів у сфері готельного бізнесу, виділено досвід існуючих стратегічних альянсів готельного господарства, таких як «The Leading Hotels of the World», «Small Luxury Hotels of the World», «Historic Hotels of Europe», «Best Eastern Hotels», «The Small Leading Hotels of the World», «Luxury Alliance», «The Leading SPAs of the World», «Global Hotel Alliance» та розглянуто методи оцінки діяльності стратегічних альянсів.

У третьому розділі «Розроблення стратегічного альянсу готельного господарства України» було наведено проект стратегічного альянсу «Ukrainian hotel alliance» та зроблена спроба розрахунку гіпотетичного економічного ефекту від впровадження загальної системи бронювання та підвищення коефіцієнту завантаження готелів партнерів.

АНОТАЦІЯ

Лисецька К.В. «Стратегічні альянси у сфері готельного бізнесу»

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Об'єкт дослідження – процес утворення стратегічних альянсів як перспективного напрямку розвитку підприємств готельного господарства.

У роботі розглянуто сутність і значення стратегічних альянсів, виявлено світовий досвід впровадження стратегічних альянсів у готельному бізнесі, а також запропоновано проект стратегічного альянсу на території України.

Надано оцінку досвіду існуючих стратегічних альянсів в готельному господарстві та розглянуті методи оцінки діяльності стратегічних альянсів. Наведено економічний розрахунок прогнозованого ефекту від створення стратегічного альянсу готельного бізнесу України.

Ключові слова: стратегічний альянс, готельне господарство, «Ukrainian hotel alliance» система бронювання, розвиток

ANNOTATION

Lisetska K.V. «Strategic alliances in the hotel business»

Qualifying work consists of three chapters. The object of study is the process of formation of strategic alliances as a promising direction of development of hotel enterprises.

The essence and significance of strategic alliances are considered in the work, the world experience of introduction of strategic alliances in hotel business is revealed, and also the project of strategic alliance in the territory of Ukraine is offered.

An assessment of the experience of existing strategic alliances in the hotel industry is provided and methods for assessing the activities of strategic alliances are considered. The economic calculation of the forecasted effect from the creation of a strategic alliance of the hotel business of Ukraine is given.

Key words: strategic alliance, hotel industry, "Ukrainian hotel alliance" reservation system, development.