

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ У США

Постановка проблеми у загальному вигляді. Туризм сьогодні є одним з чинників, що суттєво впливає на регіональний розвиток багатьох країн. Ця ситуація обумовлюється зростаючою роллю сфери послуг у національних економіках та впливом глобалізаційних процесів, що створюють передумови для формування готельних мереж.

Готельні мережі складають основу світового готельного бізнесу, об'єднуючи понад половини сукупного світового номерного фонду. Активізацію готельного бізнесу можна вважати типовим непрямим індикатором зростання добробуту і мобільності населення в постіндустріальному суспільстві.

Особливого значення в останньому контексті набуває дослідження прогресивної моделі мережевого готельного бізнесу США як країни, що займає лідируючі позиції у світовій індустрії гостинності.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Феномен готельних мереж, що став за останні роки одним із символів загальносвітових змін у сфері гостинності, приваблює численних дослідників, які намагаються пояснити причини його виникнення та інтенсивного зростання. Серед іноземних науковців, що зробили вагомий внесок в теорію мережевої організації готельного бізнесу варто виділити: Браймера Р., Жукову М., Катькала В., Котлера Ф., Лайка М., Куніла О., Уокера Дж. Проблема доцільності формування і розвитку готельних мереж в Україні висвітлено у працях таких вітчизняних науковців, як Бойко М., Бортник Л., Гарбери О., Горіної Г., Кузнецової Н., Мальської М., Мельниченко С., Семенова В.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на те, що в останні роки інтерес учених до дослідження специфіки діяльності готельних мереж поживавився, прикладні питання організаційних форм

співробітництва і конкурентних стратегій розвитку готельних мереж залишаються маловивченими. Це диктує необхідність дослідження діяльності міжнародних готельних мереж та упровадження інноваційних підходів до формування конкурентоспроможних готельних мереж в умовах вітчизняної сфери послуг.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз передового світового досвіду функціонування мережевих структур в готельному бізнесі США, а також визначення основних причин їхньої експансії на зарубіжні ринки.

Виклад основного матеріалу дослідження. У науковому полі існує безліч підходів до визначення сутності поняття «готельна мережа». Проте, у широкому сенсі, готельну мережу найчастіше ототожнюють з групою підприємств, що здійснюють колективний бізнес і знаходяться під безпосереднім контролем керівництва. Суть мережевого принципу організації полягає у заміні багаторівневих ієрархій кластерами підприємств, що скоординовані ринковими механізмами [2, с. 74].

Історично, перші готельні мережі виникли у США ще в 1930-их роках, проте найбільшого розповсюдження вони отримали після закінчення Другої світової війни. Це були такі відомі бренди, як «Statler Group», «Hilton» і «Sheraton». В основу американської моделі готельного бізнесу було покладено процес стандартизації та уніфікації готельних послуг у поєднанні із жорсткими адміністративними методами управління.

Найбільші готельні мережі США, отримавши достатній досвід роботи на внутрішньому ринку, стали відкривати свої готелі в інших країнах світу. Одна з перших міжнародних готельних мереж «Hilton» була зобов'язана своїм створенням американській авіатранспортній компанії «Pan American». Оскільки в країнах Латинської Америки, куди літаки компанії здійснювали перельоти, не було готелів того рівня, до якого звикли американські бізнесмени, виникла ідея побудувати в цих країнах готелі з однаковим рівнем послуг відповідного класу. У 1949 році був побудований перший готель «Hilton» за межами США. Важливо підкреслити, що саме в цей час сформувалася концепція розвитку

міжнародних готельних мереж. Крім того, базовий принцип даної концепції полягав у використанні іміджу, створеного готельним брендом, з метою промоції нових засобів розміщення на зарубіжних ринках [1, с. 384].

Це не єдиний приклад успішної співпраці авіакомпаній і готельних мереж. Вже згадана компанія «Pan American» у 1946 році заснувала новий підрозділ «InterContinental Hotels» для забезпечення своїх пасажирів і співробітників засобами розміщення у різних точках світу. Сьогодні «InterContinental Hotels Group» – провідна міжнародна готельна мережа світу з найбільшим обсягом номерного фонду.

У 1970-их роках більшість готелів США розпочали впроваджувати у технологічний процес обслуговування туристів електронну систему управління готелем і прогресивні системи резервування готельних номерів, що забезпечували виконання ключових операцій: розподіл номерів, контроль за використанням телефонів, перевірка рахунків тощо.

До цього періоду належить й виникнення нових правових інститутів, які дали свіжий поштовх до розвитку і розширення міжнародних готельних мереж, а саме франчайзингу. Він відігравав важливу роль у зміні зовнішнього середовища розвитку міжнародних готельних мереж. Так, готельна мережа «Hilton» стала застосовувати франчайзинг як можливість розширення географічної репрезентативності спочатку на території США, а потім і на ринках інших країн світу.

До початку 1990-их років вплив американських готельних мереж став домінуючим у світі. Вони витіснили з рейтингу провідних міжнародних готельних мереж такі європейські готельні корпорації, як «Travelodge International» і «Master Hosts International».

Сьогодні в індустрії гостинності США число готелів, що входять до складу мереж, істотно перевищує число незалежних готелів і об'єднує приблизно 70 % готельного фонду країни. Станом на 1 січня 2014 року у Топ-10 найбільших готельних мереж світу [3] входили 7 готельних мереж із штаб-квартирою у США (див. рис. 1).

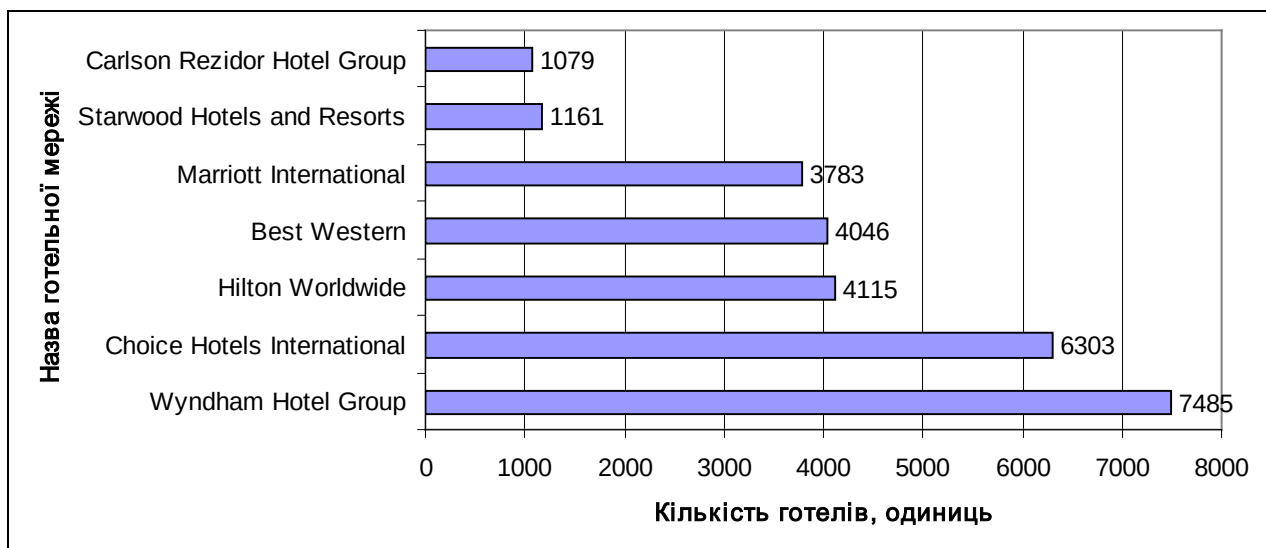


Рис. 1. Кількість готелів, що входять до складу американських готельних мереж, станом на 01.01.2014 року

Об'єднання в міжнародні мережі суттєво сприяє зростанню рівня конкурентоспроможності мережевих готелів. Відомі американські готельні транснаціональні корпорації виробили власні правила і стандарти, що забезпечують своєрідність стилю та сценарії обслуговування туристів усіх вхідних готелів.

Потенційним напрямком поширення американських готельних мереж є практично будь-який регіон світу, а особливо ті з них, в яких спостерігається економічна і політична стабільність. В даний час це Європейський і Азіатсько-Тихоокеанський регіони, а також субрегіон Південна Америка.

Нами було виділено чотири основні причини виходу американських готельних мереж на зарубіжні ринки. По-перше, це необхідність збільшення темпів зростання числа підприємств і розмірів прибутку. По-друге, збільшення ділового туризму і подорожей в країни Далекого Сходу, що стали привабливими для інвестицій багатьох американських готельних корпорацій. По-третє, розвиток лояльності до готельного бренду за допомогою надання широкого діапазону додаткових послуг, персоніфікації відносин з гостями, впровадження Глобальних систем резервування. По-четверте, міжнародна діяльність готельних мереж є захистом від коливань в економіці.

Висновки і перспективи подальших розробок. Становлення і розширення міжнародних готельних мереж обумовлено стрімким розвитком світової індустрії гостинності і відображає загальну тенденцію щодо посилення впливу глобалізаційних процесів на економіку окремих країн. Мережевий принцип організації готельного бізнесу поступово займає провідне місце серед різноманітних форм господарюючих систем. Водночас, не тільки готельні мережі можуть виступати керуючими компаніями. Сьогодні у США існують тисячі «незалежних» керуючих компаній («independent management company»), що пропонують послуги з управління готелями.

Таким чином, сучасні міжнародні готельні мережі, як одні з найприбутковіших складових сфери туризму, знаходяться в пошуку оптимальних варіантів ефективного розвитку. Безсумнівно, майбутнє індустрії гостинності – за найбільш ефективним способом ведення господарства в готельному бізнесі – конкурентоспроможними готельними мережами.

Література:

1. Амосова Г. М. Основные этапы развития международных гостиничных сетей / Г. М. Амосова // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 3 (47). – С. 383-385.
2. Бортник Л. В. Мережеві структури в готельному бізнесі / Л. В. Бортник, В. Ф. Семенов // Матеріали VII міжнародної конференції [«Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід»], Львів-Тернопіль, 4-6 жовтня 2013 р. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. – С. 74-78.
3. International hotel groups by number of hotels worldwide as of January 2014 // The Statistics Portal [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.statista.com/statistics/245684/number-of-hotels-of-international-hotel-groups/>

Рецензент – к.е.н. Бортник Л.В.