СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

О.Ю. Давидова, д-р екон. наук, проф.
С.І. Сисоєва, канд. з держ. упр., доц.
Харківський національний економічний університет
ім. Семена Кузнеця, м. Харків, Україна

Нині у готельному бізнесі спостерігається тенденція глобалізації, що відбиває співробітництво держав та соціальних організацій у політичній, економічній, культурній та інших галузях. Сьогодні готельні послуги пропонують близько 150 країн світу, кожна з яких має свій характерний образ і може позитивно впливати на все більший попит і мотивацію поїздок туристів. Формування різноманітних сегментів та ніш міжнародного ринку сприяє ефективному розвитку туризму та перетворенню його на лідируючу галузь світової економіки [1].

Інтеграційні процеси найбільшого поширення набули у світових готельних ланцюгів. Відбувається постійні процеси злиття та придбання. В даний час 26% готельних номерів розподіляються під торговельними марками 50 провідних світових компаній. Однією з таких компаній є Accor, яка є у 88 країнах світу. Готельний бізнес приносить їй 68% доходів, допоміжна туристична діяльність (турфірми, ресторани, транспорт) – 26%, корпоративне обслуговування – 6% [2].

Слід зазначити, що інтеграційні процеси у сфері готельного господарства спричинені об'єктивною необхідністю. По-перше, це забезпечення стабільного завантаження готелю. У зв'язку з цим, в основі кожного готельного ланцюга лежить власна система бронювання, орієнтована на першочергове завантаження готелів, що входять у ланцюг. По-друге, формування якісної готельної послуги залежить від цілої низки факторів: оформлення інтер'єру, якість обладнання, кваліфікація персоналу та забезпечення безпеки мешканців та їхнього майна. Тому всі провідні готельні об'єднання мають власні нормативи та стандарти оснащення всіх приміщень готелю, а також технологію та стандарти обслуговування.

З метою забезпечення відповідності готелів прийнятим нормативам та стандартам оснащення, готелі створюють не тільки потужні централізовані постачальницькі організації, а й спеціалізовані підприємства з виробництва та ремонту обладнання та меблів. По-третє, прагнення до підвищення завантаження готелю, пошук нової

клієнтури та утримання старого змушує готелі проводити глибокий аналіз ринку, клієнтури, готелів-конкурентів, постачальників тощо, вести активну рекламну та збутову політику, що потребує використання великих фінансових, інформаційних та людських ресурсів. По-четверте, удосконалення професіоналізму персоналу готелів, що суттєво впливає на якість обслуговування споживача у готелі. Переважна більшість великих готелів вважають підготовку кадрів у державних чи комерційних навчальних закладах недостатньою та створюють свою власну систему підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, витрачаючи на ці цілі значні кошти.

Завдання пристосування до створення ефективного стилю управління стратегічним альянсом, коли підприємствам-учасникам стратегічного альянсу буде необхідно підлаштовувати свою корпоративну культуру під новий стиль; знати і розуміти як національні культурні відмінності, так і різницю між туристськими підприємствами, що працюють у тому самому регіоні; а також слідувати загальній орієнтації на успіх на всіх рівнях підприємства [3].

Таким чином, для ефективного управління стратегічним альянсом рекомендується:

– диференціація стилю управління з адаптацією до кожного туристського підприємства – учасника стратегічного альянсу;

– постійне узгодження інтересів учасників;

– чіткий розподіл повноважень та відповідальності персоналу туристських підприємств;

– організація та контроль достовірності інформаційних потоків усередині альянсу;

– контроль за результатами роботи альянсу, у тому числі фінансовими.

Список використаних джерел

1. Горіна Г. О. Стратегії розвитку міжнародних готельних мереж : теоретичні засади та механізм реалізації / Г. О. Горіна // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Д. : ДонНУЕТ, 2011. – Вип. 31. – Т. 1. – С. 162–169.

2. Гурджиян К. В. Програма лояльності: сутність та етапи створення / К. В. Гурджиян // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. пр. – К., 2011. – Вип. 5 (120). – С. 119–125.

3. Пилипенко А. А., Ярошенко І. В. Організація управління інтегрованими структурами бізнесу в контексті збалансованої системи показників / А. А Пилипенко., І. В. Ярошенко. – Харків: ВД «Інжек», 2007. – 152 с.